

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НОВОВОЛИНСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Майброда Назарій Михайлович

«Аналіз в управлінні прибутком від основної діяльності»

спеціальність 8.050104 «Фінанси»
спеціалізація «Фінансовий аналіз»

Дипломна робота

за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр»

Студент групи ФАзмнв-51
Н.М. Майброда

(підпис)

Науковий керівник
к.е.н. Чорний Р.С.

(підпис)

Дипломну роботу допущено
до захисту

«__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри економічного
аналізу і статистики, д.е.н., професор
Шкарабан С.І.

(прізвище, ініціали)

(підпис)

НОВОВОЛИНСЬК-2014

ПЛАН

ВСТУП

РОЗДІЛ I. Теоретичні аспекти аналізу в системі управління прибутком підприємства

1.1. Роль та необхідність фінансового аналізу в системі управління прибутком

1.2. Формування прибутку підприємства

1.3. Методичні аспекти управління прибутком підприємства

Висновки до I розділу

РОЗДІЛ II. Аналіз управління прибутком ДП «Волиньвугілля»

2.1. Стисла характеристика ДП «Волиньвугілля» та загальна оцінка фінансових результатів підприємства

2.2. Факторний аналіз прибутку ДП «Волиньвугілля»

2.3. Організація процесу управління прибутком на підприємстві

Висновки до II розділу

Розділ III. Шляхи та напрямки удосконалення процесу управління прибутком ДП «Волиньвугілля»

3.1. Покращення ефективності господарювання як основа підвищення доходності підприємства

3.2. Вдосконалення політики розподілення прибутку підприємства

Висновки до III розділу

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| ВСТУП..... | 4 |
| РОЗДІЛ I. Теоретичні аспекти аналізу в системі управління прибутком підприємства..... | 6 |
| 1.1. Роль та необхідність фінансового аналізу в системі управління прибутком..... | 15 |
| 1.2. Формування прибутку підприємства..... | 43 |
| 1.3. Методичні аспекти управління прибутком підприємства..... | 48 |
| Висновки до I розділу..... | 56 |
| Розділ II. Аналіз управління прибутком ДП «Волиньвугілля»..... | 58 |
| 2.1. Стисла характеристика ДП «Волиньвугілля» та загальна характеристика фінансових результатів підприємства..... | 58 |
| 2.2. Факторний аналіз прибутку ДП «Волиньвугілля»..... | 68 |
| 2.3. Організація процесу управління прибутком на підприємстві..... | 73 |
| Висновки до II розділу..... | 80 |
| РОЗДІЛ III. Шляхи та напрямки удосконалення процесу управління прибутком ДП «Волиньвугілля»..... | 82 |
| 3.1. Покращення ефективності господарювання як основа підвищення доходності підприємства..... | 82 |
| 3.2. Вдосконалення політики розподілення прибутку підприємства..... | 85 |
| Висновки до III розділу..... | 91 |
| ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ..... | 93 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 97 |
| ДОДАТКИ..... | 100 |

ВСТУП

Прибуток є остаточним кінцевим фінансовим результатом господарської діяльності підприємства. Загальна економічна теорія визначає роль економіки так: „У реальній дійсності прибуток - кінцева мета і рушійний мотив товарного виробництва і ринкової економіки. Це головний стимул і основний показник ефективності будь-якого підприємства і фірми”. [1] Дійсно, важко переоцінити значення прибутку в загальній системі вартісних інструментів управління підприємством.

Керівнику будь-якого підприємства на практиці приходиться приймати безліч різноманітних управлінських рішень. Кожне прийняте рішення, що стосуються ціни, витрат підприємства, обсягу і структури реалізації продукції, в остаточному підсумку позначається на фінансових результатах підприємства, тому розробка методології управління прибутком на підприємстві на сьогодні є одним з найбільш гострих теоретичних і практичних завдань для фахівців в галузі економіки і фінансів.

Метою даної дипломної роботи є розгляд теоретичних, методичних та практичних питань щодо аналізу управління прибутком підприємства.

Поставлена мета обумовила необхідність вирішення ряду взаємозалежних завдань:

- розкрити економічну суть такого поняття як прибуток підприємства;
- виявити мотиваційний механізм здійснення управлінських заходів щодо прибутку підприємства;
- вивчити і виявити методи управління прибутком, що застосовуються вітчизняними суб'єктами господарювання;
- виробити практичні рекомендації щодо управління прибутком на підприємстві.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні і прикладні проблеми організації управління прибутком на підприємстві.

Об'єктом дослідження є прибуток підприємства.

Теоретичною методологічною основою дипломної роботи являються основні положення і висновки, сформульовані в наукових фундаментальних працях вітчизняних і закордонних вчених-економістів.

Інформативною основою дослідження є праці українських і закордонних фахівців в області економіки підприємства; матеріали наукових конференцій; періодичної преси.

У ході дослідження використовувалися загальнонаукові методи, методи порівнянь, угруповань, спостереження, обстеження, комплексної оцінки, аналітичні процедури й ін.

РОЗДІЛ І.

Теоретичні аспекти аналізу в системі управління прибутком підприємства.

1.1. Роль та необхідність фінансового аналізу в системі управління прибутком підприємства

Аналіз - логічний метод наукового дослідження, суть якого полягає в уявному або практичному розчленуванні єдиного цілого на складові частини й вивчення їх у всій багатоманітності суттєвих взаємозв'язків.

Предметом фінансового аналізу є фінансові ресурси підприємства і їх потоки.

Фінансовий аналіз - це процес дослідження фінансового стану й основних результатів фінансової діяльності підприємства з метою виявлення резервів подальшого підвищення його ринкової вартості й забезпечення ефективного розвитку.

Перед тим як приступити до проведення аналізу фінансового стану підприємства, потрібно точно визначити вихідну мету аналізу.

Від мети залежить ступінь деталізації і глибина досліджень по окремих напрямах аналізу:

- аналіз майна та джерел його формування;
- аналіз структури витрат;
- аналіз структури балансу й оборотних коштів;
- аналіз ліквідності і фінансової стійкості;
- аналіз грошового потоку;
- аналіз оборотності;
- аналіз прибутковості;
- аналіз ефективності діяльності компанії.

Основною метою фінансового аналізу є одержання невеликого числа ключових параметрів, що дають об'єктивну і точну картину фінансового стану підприємства і фінансових результатів його діяльності.

Мета аналізу досягається в результаті вирішення визначеного взаємозалежного набору аналітичних задач. Щоб приймати рішення по керуванню в області виробництва, фінансів, інвестицій керівництву потрібна постійна ділова поінформованість з відповідних питань, що є результатом добору, аналізу, оцінки і концентрації вихідної інформації. Необхідно аналітичне прочитання вихідних даних, виходячи з цілей аналізу і керування.

Але не тільки тимчасові границі визначають альтернативність цілей фінансового аналізу. Вони залежать також від цілей *суб'єктів фінансового аналізу*, тобто конкретних користувачів фінансової інформації.

В найбільш загальній формі цілі основних користувачів фінансової інформації представлені (за Е.Хелфертом) на малюнку.

| | Менеджери | Власники | Кредитори |
|--------|---|---|--|
| 1 ціль | Аналіз виробничої діяльності: - коефіцієнти прибутковості (по балансовому прибутку); - рівень рентабельності (по чистому прибутку); - аналіз поточних (операційних) витрат; - аналіз податкових платежів; - операційний важіль; - порівняльний аналіз. | Прибутковість: - доходність власного капіталу; - доходність акціонерного капіталу; - прибуток на акцію; - грошовий потік на акцію; - курс акцій; - загальний прибуток акціонера; - інвестиційна вартість бізнесу. | Ліквідність: - коефіцієнт поточної ліквідності; - коефіцієнт миттєвої ліквідності; - ліквідаційна вартість підприємства; - характеристика грошових потоків |
| 2 ціль | Управління ресурсами: - обертання активів; - управління оборотним капіталом; - обертання запасів; - характеристика дебіторської заборгованості; - характеристика кредиторської заборгованості; - ефективність використання трудових ресурсів. | Розподіл прибутку: - дивіденди на акцію; - поточна доходність акції; - коефіцієнт виплати дивідендів; - коефіцієнт покриття дивідендів; - коефіцієнт співвідношення дивідендів і активів. | Фінансовий ризик: - доля боргу в активах; - доля боргу в капіталізації; - співвідношення позикового і власного капіталу; - компроміс між ризиком і винагородою; - власний оборотний капітал. |
| 3 ціль | Доходність: - доходність активів (всіх або чистих); - доходність активів по прибутку до виплати процентів і податків; - вартість капіталу; - грошовий потік на інвестиції. | Ринкові показники: - коефіцієнт P/E; - співвідношення ринкової і балансової вартості акцій; - динаміка курсу акцій. | Обслуговування боргу: - коефіцієнт покриття процентних виплат; - коефіцієнт покриття боргових зобов'язань; - прострочена заборгованість. |

Для вирішення конкретних завдань фінансового аналізу застосовується цілий ряд спеціальних методів, які дозволяють одержати кількісну оцінку окремих аспектів фінансової діяльності підприємства. Фінансовий аналіз використовує цілий ряд методів як загальнонаукових і загальноекономічних, так і специфічних методів фінансового аналізу.

Можна виділити серед них шість основних методів фінансового аналізу:

Горизонтальний (часовий) аналіз — порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом.

Вертикальний (структурний) аналіз — визначення структури підсумкових фінансових показників з виявленням впливу кожної позиції звітності на результат у цілому.

Трендовий аналіз - порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів і визначення тренда, тобто основної тенденції динаміки показника, очищеної від випадкових впливів і індивідуальних особливостей окремих періодів. За допомогою тренда формуються можливі значення показників у майбутньому, а, отже, ведеться перспективний, прогнозний аналіз.

Аналіз відносних показників (коефіцієнтів) - розрахунок відносин даних звітності, визначення взаємозв'язків показників.

Порівняльний (просторовий) аналіз - це як внутрішньогосподарський аналізі порівняння зведених показників звітності за окремими показниками фірми, дочірніх фірм, підрозділів, цехів, так і міжгосподарський аналізі і порівняння показників даної фірми з показниками конкурентів, з середньогалузевими і середніми загальноекономічними даними.

Факторний аналіз - це аналіз впливу окремих факторів (причин) на результативний показник за допомогою детермінованих чи стохастичних прийомів дослідження. Причому факторний аналіз може бути як прямим (власне аналіз), тобто роздроблення результативного показника на складові частини, так і зворотним (синтез), коли його окремі елементи з'єднують у загальний результативний показник.

Метод Дюпон-каскад - система фінансового аналізу, яка передбачає розкладання показника «коефіцієнт рентабельності активів» на ряд інших фінансових коефіцієнтів його формування, взаємозалежність у єдиній системі.

Види фінансового аналізу

Фінансовий аналіз (за І.О.Бланком) підрозділяється на окремі види в залежності від наступних ознак:

1. По організаційних формах проведення виділяють внутрішній і зовнішній фінансовий аналіз підприємства.

а) Внутрішній фінансовий аналіз проводиться фінансовими менеджерами чи підприємства власниками його майна з використанням усієї сукупності наявних інформативних показників. Результати такого аналізу можуть представляти комерційну таємницю підприємства.

б) Зовнішній фінансовий аналіз здійснюють податкові інспекції, аудиторські фірми, банки, страхові компанії з метою вивчення правильності відображення фінансових результатів діяльності підприємства, його фінансової стійкості і кредитоспроможності.

2. По обсягу дослідження виділяють повний і тематичний фінансовий аналіз підприємства.

а) повний фінансовий аналіз проводиться з метою вивчення всіх аспектів фінансової діяльності підприємства в комплексі.

б) тематичний фінансовий аналіз обмежується вивченням окремих аспектів фінансової діяльності підприємства. Предметом тематичного фінансового аналізу може бути ефективність використання активів підприємства: оптимальність фінансування різних активів з окремих джерел: стан фінансової стійкості і платоспроможності підприємства; оптимальність інвестиційного портфеля: оптимальність фінансової структури капіталу і ряд інших аспектів фінансової діяльності підприємства.

3. По об'єкту аналізу виділяють наступні його види:

а) аналіз фінансової діяльності підприємства, об'єднання в цілому. У процесі такого аналізу об'єктом вивчення є фінансова діяльність підприємства в цілому без виділення окремих його структурних одиниць і підрозділів.

б) аналіз фінансової діяльності *окремих структурних* одиниць і *підрозділів* (центрів економічної відповідальності). Такий аналіз базується в основному на результатах управлінського обліку підприємства.

в) аналіз *окремих фінансових операцій*. Предметом такого аналізу можуть бути окремі операції, зв'язані з короткостроковими чи довгостроковими фінансовими вкладеннями; з фінансуванням окремих реальних проектів і інші.

4. По періоду проведення виділяють попередній, поточний і наступний фінансовий аналіз.

а) *попередній фінансовий аналіз* зв'язаний з вивченням умов фінансової діяльності в цілому чи здійснення окремих фінансових операцій підприємства (наприклад, оцінка власної платоспроможності при необхідності одержання великого банківського кредиту).

б) *поточний (чи оперативний) фінансовий аналіз* проводиться в процесі реалізації окремих фінансових чи планів здійснення окремих фінансових операцій з метою оперативного впливу на результати фінансової діяльності. Як правило, він обмежується коротким періодом часу.

в) *наступний (чи ретроспективний) фінансовий аналіз* здійснюється підприємством за звітний період (місяць, квартал, рік). Він дозволяє глибше і повніше проаналізувати фінансовий стан і результати фінансової діяльності підприємства в порівнянні з попереднім і поточним аналізом, тому що базується на завершених звітних матеріалах статистичного і бухгалтерського обліку.

Внутрішній і зовнішній фінансовий аналіз

Фінансовий аналіз є частиною загального аналізу господарської діяльності, що складається з двох взаємозалежних розділів: фінансового аналізу і виробничо-управлінського аналізу. Фінансовий аналіз, що ґрунтується на даних тільки бухгалтерської звітності, здобуває характер

зовнішнього аналізу, тобто аналізу, проведеного за межами підприємства його зацікавленими контрагентами, чи власниками державними органами.

Основний зміст зовнішнього фінансового аналізу:

- аналіз абсолютних показників прибутку;
- аналіз відносних показників рентабельності;
- аналіз фінансового стану, ринкової стійкості, ліквідності балансу, платоспроможності підприємства;
- аналіз ефективності використання позикового капіталу;
- економічна діагностика фінансового стану підприємства.

Внутрішньогосподарський (управлінський) фінансовий аналіз використовує як джерело інформації й інші дані системного бухгалтерського обліку, дані про технічну підготовку виробництва, нормативну, планову й іншу інформацію.

Особливостями управлінського аналізу є:

- орієнтація результатів аналізу на своє керівництво;
- використання всіх джерел інформації для аналізу;
- відсутність регламентації аналізу з боку;
- комплексність аналізу;
- інтеграція обліку, аналізу, планування і прийняття рішень;
- максимальна закритість результатів аналізу з метою збереження комерційної таємниці.

У залежності від цілей та обсягу аналізу можна виділити наступні види аналізу:

Експрес-діагностика дає миттєвий погляд на ситуацію в компанії і призначена для пошуку і виділення найбільш важливих і складних проблем у керуванні фінансами. Її основною задачею є звуження масштабів пошуку проблем і їхнього вирішення.

Цей вид аналізу припускає незначні витрати часу для одержання результату і наступне проведення додаткових аналітичних досліджень по

виділених напрямках. Експрес-діагностика підприємства припускає вивчення поточних (тактичних) аспектів діяльності компанії.

Комплексна оцінка фінансової діяльності компанії - більш глибокий і комплексний аналіз. У запропонованому варіанті він будується на основі комплексу показників, а також моделі Du Pont і розглядає всі сторони діяльності компанії з погляду стратегічного розвитку бізнесу.

При ухваленні рішення про інвестиції, з боку підприємства значна увага приділяється ефективності використання позикових засобів, а з боку потенційного інвестора - здатності підприємства повернути борги і відсотки по них. У рамках даної програми цей вид аналізу не розглядається.

Можна виділити такі основні етапи фінансового аналізу підприємства:

1. Збір і підготовка вхідної інформації
2. Аналітична обробка
3. Аналіз, оцінка і інтерпретація результатів
4. Підготовка висновків і рекомендацій

На 1-му етапі проводиться збір внутрішньої і зовнішньої інформації, оцінка її достовірності. На цьому етапі з'ясовують особливості облікової політики підприємства, відбирають необхідні форми бухгалтерської звітності та проводять їх звірку, збирають статистичну інформацію.

На 2-му етапі здійснюють переведення типових форм бухгалтерської звітності в аналітичні форми, які дозволять проаналізувати структуру звітів і динаміку змін, проводять розрахунок і групування показників по основних напрямках аналізу.

На 3-му етапі проводиться аналіз структури і динаміки змін основних показників фінансових звітів, виявляють взаємозв'язки між основними показниками, здійснюють інтерпретацію отриманих результатів.

На 4-му етапі готують висновок щодо фінансового стану підприємства, виявляють "вузькі" місця і резерви підвищення ефективності діяльності, розробляють рекомендації щодо поліпшення фінансового стану підприємства.

Розвиток ринкових відносин підвищує відповідальність і самостійність підприємств та інших суб'єктів ринку в підготовці та прийнятті управлінських рішень. Ефективність цих рішень багато в чому залежить від об'єктивності, своєчасності та всебічності оцінювання існуючого й очікуваного фінансового стану підприємства [20].

Фінансовий стан підприємства – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика якості його діяльності. У найконцентрованішому вигляді фінансовий стан підприємства можна визначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями. Таке трактування суті поняття "Фінансовий стан" дає змогу розуміти під ним характеристику діяльності підприємства, в якій, як у дзеркалі, знаходять відображення у вартісній формі загальні результати роботи підприємства, в тому числі й роботи з управління фінансовими ресурсами.

Фінансовий стан визначає місце підприємства в економічному середовищі та наскільки ефективними і безризиковими можуть бути ділові відносини з ним комерційних банків, постачальників, потенційних інвесторів і позичальників та ін. Для підприємства, як і для його партнерів, становить інтерес не тільки фактичний стан справ, тобто те, що було, а й очікуваний фінансовий стан [23].

Якщо параметри діяльності підприємства і розміщення його фінансових ресурсів відповідають критеріям позитивної характеристики фінансового стану, говорять про фінансову стійкість підприємства. У системі об'єктів фінансово-економічного аналізу саме їй належить

провідна роль. Фінансова стійкість підприємства формується насамперед під впливом рентабельності його діяльності.

Не випадково, що саме прибуток, рентабельність – основні критерії оцінки будь-якої сторони діяльності суб'єктів підприємництва. Однак самі по собі вони не можуть забезпечити фінансової стійкості підприємства.

Фінансово-господарська діяльність підприємства забезпечується наявними фінансовими ресурсами (капіталом) – як власними, так і позиковими. Їх розмір і стан розміщення в активи характеризується бухгалтерським балансом, який являє собою основне джерело аналізу фінансового стану [8].

Ознакою фінансової стійкості будь-якого суб'єкта господарювання є постійне зростання загальної суми його фінансових ресурсів.

При аналізі темпів зростання фінансових ресурсів підприємства слід окремо визначати розміри і динаміку фонду основних коштів, фонду інших необоротних активів та фонду оборотних коштів, виділяючи фонд власних основних коштів і фонд власних оборотних коштів [9].

Оцінювання фінансового стану підприємства становить інтерес для широкого кола суб'єктів ринку:

- підприємства, які хочуть знати неупереджену думку про свою діяльність і розробити заходи щодо її поліпшення;
- інвесторів, заінтересованих в ефективності та прийнятті ризиковості інвестування своїх коштів;
- кредиторів і постачальників, які бажають впевнитись у платоспроможності підприємства;
- партнерів по бізнесу, які прагнуть встановити з підприємством стабільні й надійні ділові відносини (постачальники, споживачі, транспортувальники, страхові компанії та ін.);
- сторонніх щодо підприємства структур (так, Державна податкова адміністрація бажає впевнитись у спроможності підприємства сплачувати податки, профспілки – у стабільності зайнятості працівників і здатності

своєчасно виплачувати заробітну плату, благодійні організації - у потенційній спроможності підприємства допомагати).

Становлення ринкової економіки в Україні, поява фінансових ринків, пріоритет фінансових ресурсів об'єктивно сприяли розвитку такого важливого напрямку аналітичної роботи, як фінансовий аналіз.

Фінансовий аналіз – (з грецької – розклад, розчленування) – це метод оцінювання і прогнозування фінансового стану підприємства. Як метод дослідження аналіз полягає в розчленуванні цілого на складові. Протилежне поняття – синтез (з грецької – з'єднання, складання) – це метод вивчення предмета в цілісності, єдності та взаємозв'язку його частин. Зв'язок “аналіз – синтез” притаманний будь-якому науковому дослідженню. Особливе значення він має в економічних дослідженнях як на макро- так і на мікрорівні [26].

Під фінансовим аналізом діяльності підприємств розуміють комплексне вивчення їх функціонування з метою об'єктивної оцінки досягнутих фінансових результатів і виявлення шляхів подальшого підвищення прибутковості (рентабельності) при забезпеченні безпечного рівня ліквідності.

Питання організації фінансово-економічного аналізу, його інформаційного забезпечення тісно пов'язані з класифікацією аналізу на зовнішній фінансово-економічний аналіз та внутрішній фінансово-економічний аналіз, види аналізу господарської діяльності наведено на рис. 1.1.

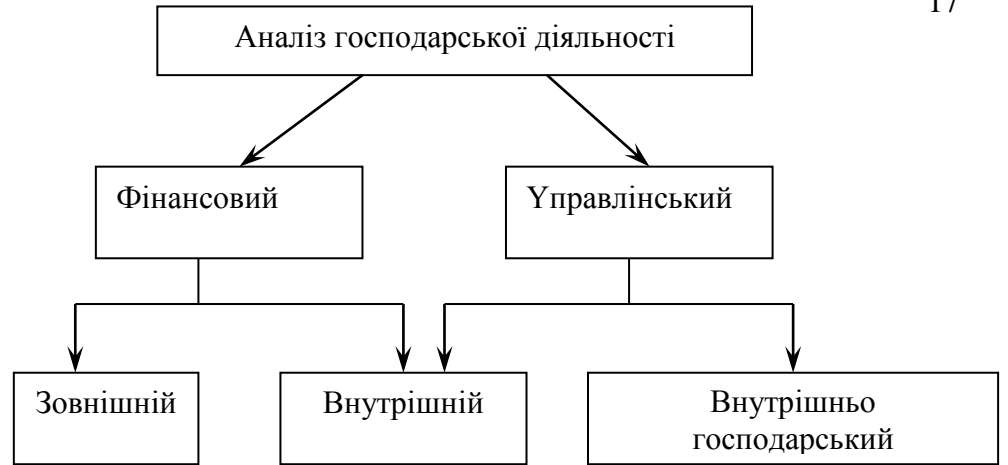


Рис. 1.1. Види аналізу господарської діяльності підприємства

Зовнішній фінансово-економічний аналіз призначений для так званих зовнішніх споживачів (контролюючі органи, органи управління, податкові органи, банки, інші ділові партнери підприємства, у тому числі, і насамперед, кредитори та потенційні інвестори підприємства) [37]. Призначення аналітичних матеріалів зовнішнього аналізу визначається виходячи зі специфічних потреб перелічених споживачів: контроль за діяльністю підприємства, визначення податкового потенціалу, міри ліквідності та ризику при інвестуванні коштів, перспектив своєчасного повернення боргів.

Зовнішній аналіз з огляду на це має досить загальні об'єкти дослідження, а саме: динаміка прибутку і рентабельності, ліквідність, платоспроможність, динаміка зміни структури капіталу за джерелами його формування тощо.

Зовнішній фінансово-економічний аналіз орієнтований на публічну, зовнішню офіційну бухгалтерську та статистичну звітність. Його основними інформаційними джерелами виступають насамперед бухгалтерський баланс підприємства, інша фінансова звітність, документи податкової звітності. Це відкрита звітна інформація, звідси максимальна відкритість результатів аналізу. Для проведення аналізу на основі публічної звітності існує багатотипових методик, оскільки вихідна

інформація уніфікована відповідними стандартами бухгалтерського, податкового і статистичного обліку та звітності [7;8].

Внутрішній (управлінський) фінансово-економічний аналіз – глибший і більш комплексний, оскільки він ґрунтується не тільки на даних публічної звітності, а й на використанні усіх доступних джерел облікової та позаоблікової інформації, включаючи первісні документи, а також матеріали нерегламентованого, так званого, управлінського обліку. Такий аналіз призначений головним чином для використання керівництвом підприємства при прийнятті рішень з управління його фінансовими ресурсами. Основні відмінності між зовнішнім та внутрішнім аналізами ілюструє табл.1.1

Таблиця 1.1.

Ознаки видів фінансового аналізу

| Ознака | Фінансовий аналіз | |
|---------------------------|--|---|
| | Зовнішній | Внутрішній |
| Інформативна база аналізу | Фінансова звітність(публічна) | Бухгалтерський управлінський облік та звітність |
| Рівень регламентації | Держава | Підприємство |
| Суб'єкти аналізу | Підприємство і його прямі та непрямі ділові партнери | Підприємство |
| Відкритість аналізу | Відкриті | Комерційна тайна |

Як зовнішній так і внутрішній фінансово-економічний аналіз диференціюються за призначенням результатів на поточний аналіз, оперативний та перспективний аналізи [14].

Поточний фінансово-економічний аналіз здійснюється після закінчення звітного періоду. Такий аналіз є одним із засобів стратегічного управління діяльністю підприємства. Для методики поточного аналізу найхарактернішим прийомом є порівняння досягнутих результатів з плановими параметрами і виявлення факторів, що спричинили відхилення від них.

Оперативний аналіз здійснюється повсякденно, він наближений за часом до моменту здійснення певних економічних процесів, що відбуваються в ході фінансово-господарської діяльності підприємства,

виступає знаряддям оперативного управління нею. Особливістю проведення оперативного аналізу є використання не звітної, а оперативної інформації – первісних бухгалтерських та інших документів, матеріалів контролю, спостереження, рапортів, нарядів тощо. З цією особливістю пов'язана відносна наближеність результатів аналізу, що, втім, не знижує їх цінності як бази для прийняття оперативних рішень з метою підвищення якості роботи підприємства.

Перспективний аналіз базується на вивченні різноманітних явищ у сфері фінансово-економічної діяльності з метою прогнозування на майбутнє. Використовується як база для прогнозування обсягів реалізації продукції, витрат на її виробництво, рентабельності, вибору варіантів інвестування фінансових ресурсів. Особливість перспективного фінансово-економічного аналізу – використання даних про роботу підприємства за минулий час, але під кутом зору майбутньої діяльності підприємства.

Уся господарська діяльність підприємства поділяється на звичайну діяльність і надзвичайні події. Останні являють собою події або операції, які мають разовий, випадковий характер (наприклад, стихійні лиха, пожежі, техногенні аварії та ін.). Фінансовий результат (прибуток, збиток) від таких подій виділяється у фінансовій звітності, що має позитивне значення для формування інформаційної бази аналізу. Звичайна господарська діяльність підприємства включає три складові: операційну діяльність, інвестиційну діяльність, фінансову діяльність, схема видів діяльності наведена на рис. 1.2



Рис. 1.2. Види діяльності підприємства

Операційна діяльність - це основна діяльність суб'єкта підприємництва, у якій реалізуються його статутні завдання; вона включає всі види діяльності, крім тих які, законодавчо віднесені до так званих інвестиційної та фінансової діяльності [17].

Інвестиційна діяльність – придбання або реалізація основних засобів, нематеріальних активів, вкладення капіталу в акції, облігації, їх реалізація, одержання дивідендів, процентів тощо [15].

Фінансова діяльність – за визначенням положень (стандартів) бухгалтерського обліку і звітності зводиться до сукупності операцій, які приводять до зміни величини або складу власного і позикового капіталу підприємства. Маються на увазі випуск акцій акціонерними товариствами і виплата дивідендів за ними, одержання і погашення позик (банківських та ін.), виплата процентів за ними. Таке звуження поняття “фінансова діяльність підприємства” слід розглядати лише як приклад не зовсім вдалого використання укоріненої термінології в державних нормативних актах; воно залишає за межами фінансової діяльності такі явища, як формування фінансових ресурсів підприємства, одержання і використання прибутку, розміщення капіталу в активи, фінансування капітальних вкладень, амортизаційну і цінову політику, сплату податків та ін. [39].

Мета фінансового аналізу – інформаційно забезпечувати прийняття рішень, на які істотно впливають фактичні або прогнозні дані про фінансовий стан підприємства. Ідеться про отримання відносно невеликої кількості ключових, найінформативніших параметрів, що об'єктивно, всебічно характеризують фінансовий стан підприємства (платоспроможність, фінансову стійкість, незалежність, рентабельність діяльності, імовірність банкрутства тощо).

Завдання фінансового аналізу зумовлені завданнями управління підприємством у трьох сферах діяльності – фінансовій, інвестиційній та операційній (виробничій), що поєднані рухом фінансових ресурсів. Такий поділ, що є традиційним для країн з розвинутою економікою [41], нещодавно набрав чинності і в Україні [5].

Звідси завдання фінансового аналізу полягають в інформаційному забезпеченні прийняття обґрунтованих рішень за такими напрямками діяльності підприємства:

- фінансовою – управління пасивами; забезпечення підприємства фінансовими ресурсами; визначення оптимального розміру, складу і структури джерел фінансування зі свідомим ризиком за очікувані вигоди, що пов'язані з використанням зовнішніх позик;

- інвестиційною – управління активами; розподіл фінансових ресурсів, визначення оптимального розміру, складу і структури активів підприємства, вибір і реалізація інвестиційних проектів;

- операційною – управління фінансовими результатами діяльності; прибуткова поточна діяльність завдяки ефективному використанню наявних ресурсів [40].

Таким чином, жодний фінансовий аналіз не вважається повним, якщо не охоплює всіх сфер діяльності підприємства і складається лише з цифр. Якісний аналіз має передувати кількісному, оскільки за його допомогою можна встановити найактуальніші для підприємства проблеми щодо показників його виробничої діяльності.

За результатами аналізу розроблюють заходи поліпшення фінансового стану підприємства.

В основі методології фінансового – економічного аналізу лежить діалектичний метод, тобто економічні явища, що вивчаються, аналізуються, розглядаються у їх зв'язку і взаємозалежності, русі й

розвитку, а розвиток, як відомо, - це боротьба протилежностей, він відображає об'єктивні закони дійсності. Діалектичному розвитку явищ у сфері фінансово – господарської діяльності підприємств властиві переходи кількісних змін у якісні, які супроводжуються виникненням нових якостей, запереченням, відмиранням старого і появою нового, прогресивнішого. Застосування діалектичного підходу до вивчення цих явищ породжує такі найхарактерніші особливості методу аналізу фінансово – господарської діяльності підприємств [36; 44].

По-перше, це системний підхід до аналізу економічних явищ і процесів, який виявляється у комплексному вивченні взаємопов'язаних економічних, організаційних, технічних та інших факторів, у застосуванні системи показників для аналізу.

По-друге, це широке використання логічних методів, а саме: дедукції та індукції. Дедукція – такий метод вивчення економічних явищ, коли нові знання про об'єкт здобувають шляхом переходу від загальних фактів до окремих висновків. Індукція – навпаки, такий логічний метод, за якого міркування ведеться від окремих поодиноких фактів, положень до загальних висновків.

Основна мета фінансового аналізу - одержання невеликої кількості ключових (найбільш інформативних) параметрів, що дають об'єктивну і точну картину фінансового стану підприємства. Вихідною базою фінансового аналізу є дані бухгалтерського обліку і звітності, аналітичний перегляд яких повинний відновити всі основні аспекти господарської діяльності і зроблених операцій в узагальненій формі, тобто з необхідної для аналізу ступенем агрегування [20;43].

Формування показників фінансово-господарської діяльності підприємств відбувається під впливом великого кола причин (факторів), розкриття і вивчення яких становить предмета фінансово-економічного аналізу. У процесі розв'язання конкретних аналітичних задач виявляється певна причинно-наслідкова залежність між економічними явищами, що

аналізуються, і факторами, які їх обумовлюють. При цьому необхідно враховувати наявність чи відсутність прямої (або оберненої) функціональної залежності між ними: характер цієї залежності визначає прийоми та методи розв'язання тієї чи іншої аналітичної задачі.

Предметом детермінованого аналізу є виявлення факторів, які впливають на кінцевий результат, у разі якщо між ними існує функціональна залежність, що може бути представлена у вигляді певної формули (моделі) – мультиплікативної або адитивної.

Предметом стохастичного аналізу є вивчення зв'язків і взаємозалежностей, які між собою не пов'язані строго функціонально, коли вплив факторів на кінцевий результат виявляється не прямо, а у вигляді тенденцій, напрямків, які існують в об'єктивній реальності і мають бути виявлені за допомогою певних аналітичних прийомів [41;48].

Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств поширюється на досить широке коло показників, які розкривають суть економічних явищ з кількісного чи якісного боку в абсолютних (найчастіше вартісних) або відносних величинах. Рушійні сили, умови та причини, які визначають той чи інший показник, називаються факторами. Кожний без винятку показник фінансово-господарської діяльності підприємства є результатом взаємодії дуже великої кількості факторів. Для вивчення їх дії і впливу на показники, що піддаються аналізу, їх необхідно певним чином класифікувати. Принципи класифікації факторів у фінансово-економічному аналізі аналогічні тим, які лежать в основі класифікації аналітичних задач [41]. За своїм змістом усі фактори, які вивчаються у фінансово-економічному аналізі, можна розподілити на виробничо-економічні та соціально-економічні. Перші виражають умови, які забезпечують підприємницьку діяльність з точки зору організації виробничого процесу, раціонального використання ресурсів, залучених підприємством для своєї діяльності. Соціально-економічні фактори - це рушійні сили підвищення ефективності роботи підприємства, які закладені

у самих учасниках виробництва. Йдеться по рівень освіти і культури працівників, рівень їх свідомості стосовно праці. Умови їхнього життя, побуту, відпочинку мікроклімат у трудовому колективі. Значною мірою, безумовно, залежить від цих факторів і сама рентабельність роботи підприємства [15;39].

Як і економічні показники, фактори, що їх визначають, поділяються на кількісні, структурні й якісні. До перших належать, наприклад обсяг валових доходів, сума валових витрат, затрат на виробництво, кількість працівників підприємства, робочих днів в аналізованому періоді. До структурних факторів належать такі показники, як питома вага власних фінансових ресурсів у капіталі підприємства, частка активної частини основних засобів у загальній вартості основних засобів. До якісних факторів належать багато показників, які характеризують діяльність підприємства з точки зору суттєвих ознак певних об'єктів управління, міри досягнення ними позитивних характеристик. Серед них – рівень продуктивності праці робітників, ціна і рентабельність виробів, які випускає підприємство, швидкість обороту (оборотність) коштів, вкладених в активи підприємства, дохідність цінних паперів тощо.

Практика фінансового аналізу виробила основні методи читання фінансових звітів, схема яких наведена на рис. 1.3:

- горизонтальний аналіз;
- вертикальний аналіз;
- трендовий аналіз;
- метод фінансових коефіцієнтів;
- порівняльний аналіз;
- факторний аналіз.

Горизонтальний (тимчасовий) аналіз - порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом.

Вертикальний (структурний) аналіз - визначення структури підсумкових фінансових показників з виявленням впливу кожної позиції звітності на результат у цілому.

Трендовий аналіз - порівняння кожної позиції звітності з поруч попередніх періодів і визначення тренда, тобто основної тенденції динаміки показника, очищеної від випадкових впливів і індивідуальних особливостей окремих періодів. За допомогою тренда формуються можливі значення показників у майбутньому, тобто ведеться перспективний, прогнозний аналіз[23].

Аналіз відносних показників (коефіцієнтів) - розрахунок відносин дані звітності, визначення взаємозв'язків показників. Досвід свідчить, що кілька правильно вибраних коефіцієнтів містять потрібну інформацію. Користь кожного конкретного коефіцієнта суворо визначена метою аналізу. Тому до здійснення аналізу необхідно з'ясувати, з погляду якого користувача він виконується, його мету та регламентовані або рекомендовані кількісні значення показників [41].

Порівняльний (просторовий) аналіз - внутрішньогосподарське порівняння за окремими показниками підприємства з показниками конкурентів, зі середньогалузевими і середніми загальноекономічними даними.

Факторний аналіз - це аналіз впливу окремих факторів (причин) на результативний показник за допомогою детермінованих чи стохастичних прийомів дослідження.

Необхідність і доцільність застосування аналітичних коефіцієнтів зумовлюється:

- стандартністю подання вихідних даних (форми фінансової звітності);
- прагненням мінімізувати вплив інфляційного чинника;

- можливістю порівняння показників у часі та просторі, тобто між підприємствами однієї галузі, а за деякими показниками і за різними галузями;

- формалізацією розрахунків і можливістю застосування комп'ютерних програм;

- можливістю визначення узагальнюючого показника фінансового стану і за цим критерієм – рейтингу підприємств.

Кількісні методи фінансового аналізу підрозділяються на наступні, що наведено на рис. 1.4.



Рис. 1.4. Кількісні методи фінансового аналізу

Статистичні методи фінансового аналізу:

- статистичне спостереження - запис інформації з визначених принципів і з визначеними цілями;

- абсолютні і відносні показники (коефіцієнти, відсотки)

- розрахунки середніх величин: середні арифметичні прості, зважені, геометричні;

- ряди динаміки: абсолютний приріст, відносний приріст, темпи росту, темпи приросту;

- зведення й угруповання економічних показників по визначених ознаках;

- порівняння: з конкурентами, з нормативами, у динаміку;

- індекси: - вплив факторів на порівнювані показники;

- графічні методи.

Бухгалтерські методи:

- метод подвійного запису;
- бухгалтерський баланс.

Економіко - математичні методи:

- методи елементарної математики;
- класичні методи математичного аналізу: диференціювання, інтегрування, варіаційне числення;
- методи математичної статистики: вивчення одномірних і багатомірних статистичних сукупностей;
- економічні методи: статистичне оцінювання параметрів економічних залежностей, у тому числі виробничих функцій.

Методи економіко-математичного моделювання і факторного аналізу використовуються для рішення специфічних задач фінансового аналізу[43].

Моделювання як відображення дійсності виробляється за допомогою математичних формул.

Метою складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства [1;2].

Порядок надання фінансової звітності користувачам визначається чинним законодавством. Фінансова звітність забезпечує інформаційні потреби користувачів щодо:

- придбання, продажу та володіння цінними паперами;
- участі в капіталі підприємства;
- оцінки якості управління;
- оцінки здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання;
- забезпеченості зобов'язань підприємства;
- визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу;
- регулювання діяльності підприємства;
- інших рішень.

Фінансова звітність повинна задовольняти потреби тих користувачів, які не можуть вимагати звітів, складених з урахуванням їх конкретних потреб[46].

Фінансова звітність складається з Балансу, Звіту про фінансові результати, Звіту про рух грошових коштів, Звіту про власний капітал і приміток до звітів, які наведені у додатку . Фінансові звіти містять статті, склад і зміст яких визначається відповідними положеннями (стандартами).

Інформація, яка надається у фінансовій звітності, повинна бути дохідлива і розрахована на однозначне тлумачення її користувачами за умови, що вони мають достатні значення та зацікавлені у сприйнятті цієї інформації. Фінансова звітність повинна містити лише доречну інформацію. Яка впливає на прийняття рішень користувачами, дає змогу вчасно оцінити минулі, теперішні та майбутні події, підтвердити та скоригувати їхні оцінки, зроблені у минулому. Фінансова звітність повинна бути достовірною. Інформація, наведена у звітності, є достовірною, якщо вона не містить помилок та перекручень, які здатні вплинути на рішення користувачів звітності [8].

Передумовою є наведення відповідної інформації попереднього періоду та розкриття інформації про облікову політику і її зміни.

Для того, щоб фінансова звітність була зрозумілою користувачам, вона повинна містити таку інформацію та дані про:

- підприємство;
- дату звітності та звітний період;
- валюту звітності та одиницю її виміру;
- відповідну інформацію щодо звітного та попереднього періоду;
- облікову політику підприємства та її зміни;
- консолідацію фінансових звітів;
- припинення (ліквідацію) окремих видів діяльності;
- обмеження щодо володіння активами;
- участь у спільних підприємствах;

- виявлені помилки минулих років та пов'язані з ними коригування;
- переоцінку статей фінансових звітів;
- іншу інформацію, розкриття якої передбачено відповідними положеннями (стандартами) [46].

Кожен фінансовий звіт повинен містити дату, станом на яку наведені його показники, або період, який він охоплює. Якщо період, за який складено фінансовий звіт, відрізняється від звітного періоду, передбаченого Положенням (стандартом), то причини і наслідки цього повинні бути розкриті у примітках до фінансової звітності [45].

Загальна характеристика Балансу

Звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік. Баланс підприємства складається на кінець останнього дня звітного періоду [3;8]. Це основне джерело інформації для аналізу стану фінансів підприємства. Уся інформація в балансі наведена у вигляді двусторонніх таблиць з однаковими підсумками, тобто активу і пасиву. В активі балансу відбиваються склад і розміщення капіталу. У пасиві - джерела утворення капіталу. Кожен вид засобів називається статтею балансу. Однорідні по економічному змісті статті балансу об'єднані в розділи, а усередині розділів у групи [2].

Капітал підприємства це - майно чи підприємства вартість, що приносить прибуток. Підсумок балансу це загальний капітал, яким розташовує підприємство (актив) і джерела цього капіталу (пасив). Перший розділ активу є основним капіталом, другий і третій - оборотним. Актив балансу являє собою інвестиційні вкладення.

Пасив балансу формується з власного капіталу і довгострокових фінансових зобов'язань, тобто перемінного капіталу (1,2,3 розділи), 4 розділ - поточні зобов'язання, тобто позиковий чи капітал загальна сума боргу підприємства [45;46].

Основний капітал - капітал немобільний на тривалий термін виведений з обороту і з цієї причини його первісна вартість поступово знецінюється, а в суму капіталу він включається по залишковій вартості.

Найбільш мобільні засоби - це поточні активи, оцінюються ці статті по фактичній вартості чи придбання фактичним витратам.

Пасив балансу відбиває первісний фінансовий внесок власників підприємства і усі фонди, утворені за рахунок прибутку. В другому і третьому розділі відбиваються усі види фінансування підприємства сторонніми організаціями, усі види короткострокової заборгованості: банкам, бюджету, позабюджетним організаціям.

Загальна характеристика Звіту про фінансові результати

Форма і зміст звіту про фінансові результати визначені Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 3 (далі -П(С)БО 3) "Звіт про фінансові результати", який є аналогом звіту про прибутки та збитки за МСБО. За П(С)БО 1. звіт про фінансові результати — це звіт про доходи, втрати і фінансові результати підприємства. Зазначені вимоги стосуються підприємств організацій, установ і інших юридичних осіб (далі підприємств, усіх форм власності крім банків і бюджетних установ). Особливості складання консолідованого звіту про фінансові результати визначаються окремим П(С)БО. Малі підприємства складатимуть такий звіт за спрощеною формою[4].

У першому розділі Звіту про фінансові результати, звіту про прибутки та збитки — виділені статті, які дають змогу визначити фінансовий результат від звичайної та надзвичайної діяльності, а також склад звичайної діяльності — від операційної та іншої діяльності (фінансової та інвестиційної). Така класифікація доходів і витрат, має дуже важливе значення для оцінки діяльності підприємства [1;2].

Втрати від операційної діяльності надані за функціональною класифікацією витрат, тобто поділяються за такими функціями, як виробництво, управління та збут.

Таким чином, структура першого розділу звіту про фінансові результати надає інформацію по доходи і витрати з точки зору власника підприємства і:

- розглядає прибуток в основному як джерело розподілу власникам (нарахування і сплати дивідендів тощо);

- усі витрати, пов'язані з отриманням доходу звітного періоду, включаючи і податок на прибуток, вважає витратами звітного періоду.

Другий розділ звіту — елементи операційних витрат — надає змогу провести необхідний аналіз структури витрат на виробництво, управління, збут та інших операційних витрат за економічними елементами та використовується для складання звіту про рух грошових коштів (під час коригування суми нерозподіленого прибутку на негрошові статті, зокрема на суму амортизації).

Розділ III "Затрати на виробництво" Звіту про фінансові результати, він враховує щодо обов'язкового розкриття інформації про елементи витрат під час використання форми звіту про прибутки та збитки на підставі класифікації витрат за функціями і стосується витрат на операційну діяльність у цілому (включаючи собівартість реалізації, адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати).

Третій розділ звіту про фінансові результати - розрахунок прибутковості акцій - стосується лише акціонерних товариств, прості або потенційні прості акції яких відкрито продаються та купуються на фондових біржах, у тому числі таких товариств, які знаходяться у процесі випуску зазначених акцій [45].

Загальна характеристика Звіту про рух грошових коштів

Звіт про рух грошових коштів містить інформацію про грошові потоки підприємства за звітний період [5].

Під грошовими потоками розуміють надходження й вибуття грошових коштів та їх еквівалентів.

Грошові кошти включають кошти в касі та на рахунках у банках, які можуть бути використані для поточних операцій.

Еквівалентами грошових коштів є короткострокові фінансові інвестиції, які можуть бути вільно конвертовані у відому суму коштів і містять незначний ризик щодо зміни вартості. Такими еквівалентами є високо ліквідні інвестиції в цінні папери на строк, що не перевищує три місяці (казначейські векселі, депозитні сертифікати тощо).

Рух коштів відображається в Звіті про рух грошових коштів в розрізі трьох видів діяльності: операційної, інвестиційної, та фінансової.

Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, яка не є інвестиційною та фінансовою.

До операційної діяльності належать:

- надходження коштів від реалізації продукції (товарів, послуг);
- надходження коштів за надання права користування активами (оренда, ліцензії тощо);
- платежі постачальникам;
- виплати працівникам тощо.

Інвестиційна діяльність – це сукупність операцій з придбання та продажу довгострокових (необоротних) активів, а також короткострокових (поточних) фінансових інвестицій, які не є еквівалентами грошових коштів.

До руху коштів внаслідок інвестиційної діяльності відносяться:

- платежі, пов'язані з придбанням основних засобів і нематеріальних активів;
- надходження коштів від продажу необоротних активів;
- надання позик іншим підприємствам;
- надходження коштів від фінансових інвестицій (дивіденди, відсотки).

Фінансова діяльність – це сукупність операцій, які призводять до зміни величини та (або) складу власного та позикового капіталів[36].

Прикладом руху коштів внаслідок фінансової діяльності є:

- випуск власного капіталу (акцій);
- отримання позик та їх погашення;
- викуп акцій власної емісії;
- виплата дивідендів.

Звіт про фінансові результати відбиває формування балансового прибутку (збитку) по складовим елементах: від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг; від іншої реалізації; від позареалізаційних результатів.

Виторг від реалізації продукції складається з вартості продукції у відпускних цінах, включаючи податок на додаткову вартість і акцизи. При визначенні фінансового результату ці суми віднімаються з виторгу від реалізації.

У розділі "Використання прибутку" відбиваються платежі в бюджет.

Для складання Звіту про рух грошових коштів використовують показники Балансу, Звіту про фінансові результати та дані аналітичного бухгалтерського обліку [45].

Загальна характеристика Звіту про власний капітал

Власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [6]. Тому власний капітал (К) визначається як різниця між вартістю його майна (А) і борговими зобов'язаннями (З):

$$K = A - Z(1.1)$$

Сума власного капіталу – це абстрактна вартість майна, яка не є його поточною чи реалізаційною вартістю, а тому не відображає поточну вартість прав власників підприємства. Разом з тим, власний капітал є основою для початку і продовження показників. Зберігається та нарощується капітал тільки за умови, якщо сума чистих активів на кінець звітного періоду перевищує суму чистих активів на початок цього періоду

після вилучення будь-яких виплат власникам або внесків власників протягом звітного періоду.

Функції власного капіталу:

- довгострокове фінансування (перебуває у розпорядженні підприємства необмежено довго;
- відповідальність і захист прав кредиторів – відображений в балансі власний капітал є для зовнішніх користувачів мірилом відносин відповідальності на підприємстві, а також захистом кредиторів від втрати капіталу;
- компенсації понесених збитків – тимчасові збитки мають погашатись за рахунок власного капіталу;
- кредитоспроможність – при наданні кредиту за інших рівних умов перевага надається підприємствам з меншою кредиторською заборгованістю і більшим власним капіталом;
- фінансування ризику – власний капітал використовується для фінансування ризикових інвестицій, на що можуть не погодитися кредитори;
- самостійність і влада – розмір власного капіталу визначає ступінь незалежності та впливу його власників на підприємство;
- розподіл доходів і активів – частки окремих власників у капіталі є основою при розподілі фінансового результату та майна при ліквідації підприємства [45].

Таким чином, аналізуючи викладене в першому розділі, можна зробити такий висновок. Жодний фінансовий аналіз не вважається повним, якщо не охоплює всіх сфер діяльності підприємства і складається лише з цифр. Якісний аналіз має передувати кількісному, оскільки за його допомогою можна встановити найактуальніші для підприємства проблеми щодо показників його виробничої діяльності.

За результатами аналізу розроблюють заходи поліпшення фінансового стану підприємства.

1.2. *Формування прибутку підприємства*

Прибуток як економічна категорія відбиває чистий дохід, створений у сфері виробництва та послуг в процесі підприємницької діяльності. Результатом з'єднання факторів виробництва (праці, капіталу, природних ресурсів) і корисної продуктивної діяльності господарюючих суб'єктів, є готова продукція, що стає товаром за умови її реалізації споживачу. На стадії продажу виявляється вартість товару, що включає вартість минулої упередженої, праці і живої праці. Вартість живої праці відбиває знову створену вартість і розпадається на дві частини. *Перша* являє собою заробітну плату працівників, що беруть участь у виробництві продукції. Її величина визначається рядом факторів, обумовлених необхідністю відтворення робочої сили. У цьому змісті для підприємця вона представляє частину витрат по виробництву продукції. *Друга* частина знову створеної вартості відбиває чистий дохід, що реалізується тільки в результаті продажу продукції, яке означає суспільне визнання її корисності. [3]

На рівні підприємства в умовах товарно-грошових відносин чистий дохід приймає форму прибутку (див. ф.2). На ринку товарів підприємства виступають як відносно відособлені товаровиробники. Установивши ціну на продукцію, вони реалізують її споживачу, одержуючи при цьому грошовий виторг, що не означає одержання прибутку. Для виявлення фінансового результату необхідно зіставити виторг із витратами на виробництво і реалізацію, що приймають форму собівартості продукції. Коли виторг перевищує собівартість, фінансовий результат свідчить про одержання прибутку. Підприємець завжди ставить за основну мету своєю діяльності отримання прибутку, але не завжди його одержує. Якщо виторг дорівнює собівартості, то, в такому випадку, удалося лише відшкодувати витрати на виробництво і реалізацію продукції. При реалізації без збитків, відсутній і прибуток як джерело виробничого, науково-технічного і соціального розвитку. При витратах, що перевищують виторг,

підприємство одержує збитки - негативний фінансовий результат, що ставить його в досить складне фінансове становище, яке не виключає і банкрутство. [19]

Прибуток як найважливіша категорія ринкових відносин виконує визначені функції.[24, с.24]

По-перше, характеризує економічний ефект, отриманий у результаті діяльності підприємства. Але всі аспекти діяльності підприємства за допомогою прибутку оцінити неможливо. Такого універсального показника і не може бути. Саме тому при аналізі виробничо-господарської і фінансової діяльності підприємства використовується система показників.

Значення прибутку полягає в тому, що він відбиває кінцевий фінансовий результат. Разом з тим на його величину впливає ряд залежних і не залежних від підприємства факторів. Практично поза сферою впливу підприємства знаходяться кон'юнктура ринку, рівень цін на споживані матеріально-сировинні і паливно-енергетичні ресурси. Певною мірою залежать від підприємства такі фактори, як рівень цін на реалізовану продукцію і заробітну плату, рівень господарювання, компетентність керівництва і менеджерів, конкурентноздатність продукції, організація виробництва і праці, його продуктивність, стан і ефективність виробничого і фінансового планування.

Перераховані фактори впливають на прибуток не прямо, а через обсяг реалізованої продукції і собівартість, тому для з'ясування кінцевого фінансового результату необхідно зіставити вартість обсягу реалізованої продукції і вартість витрат і ресурсів, використаних у виробництві.

По-друге, прибуток має стимулюючу функцію. Її зміст полягає в тому, що вона одночасно є фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства. Реальне забезпечення принципу самофінансування визначається отриманим прибутком. Частка чистого прибутку, що залишилася в розпорядженні підприємства після сплати

податків і інших обов'язкових платежів, повинна бути достатньою для фінансування розширення виробничої діяльності, науково-технічного і соціального розвитку підприємства, матеріального заохочення працівників.

По-третє, прибуток є одним із джерел формування бюджетів різних рівнів. Він надходить у бюджети у виді податків і поряд з іншими дохідними надходженнями використовується для фінансування задоволення спільних суспільних потреб, забезпечення виконання державою своїх функцій, державних інвестиційних, виробничих, науково-технічних і соціальних програм.

В умовах ринкової економіки значення прибутку величезне. Прагнення до його одержання орієнтує товаровиробників на збільшення обсягу виробництва продукції, потрібної споживачу, зниження витрат на виробництво. При розвинутій конкуренції цим досягається не тільки мета підприємництва, але і задоволення суспільних потреб. Для підприємця прибуток є сигналом, що вказує, де можна домогтися найбільшого приросту вартості, створює стимул для інвестування в ці сфери. Свою роль відіграють і збитки. Вони висвітлюють помилки і прорахунки в напрямку засобів, організації виробництва і збуту продукції.

Економічна нестабільність, монопольне положення товаровиробників спотворюють формування прибутку як чистого доходу, приводять до прагнення одержання доходів головним чином у результаті підвищення цін. Усуненню інфляційного наповнення прибутку сприяють фінансове оздоровлення економіки, розвиток ринкових механізмів ціноутворення, оптимальна система податків. Ці задачі повинна виконувати держава в ході здійснення економічних реформ.[25, с.61]

Розглядаючи прибуток як економічну категорію, ми говоримо про неї абстрактно. Але при плануванні й оцінці господарської і фінансової діяльності підприємства, розподілі прибутку, що залишився в

розпорядженні підприємства, використовуються конкретні показники. Ємним інформативним показником є *прибуток до оподаткування*.

Досягнення високих результатів роботи підприємства припускає управління процесом формування, розподілу і використання прибутку. Управління включає аналіз прибутку, його планування і постійний пошук можливостей його збільшення.

Економічний прибуток - найважливіша стадія роботи, що передуює плануванню і прогнозуванню фінансових ресурсів підприємства, ефективного їхнього використання. Результати аналізу є основою для прийняття управлінських рішень на рівні керівництва підприємством і є вихідним матеріалом дня роботи фінансових менеджерів.

У задачі аналізу фінансових результатів входять:

- оцінка динаміки показників прибутку;
- вивчення складених елементів формування прибутку;
- виявлення і вимір впливу факторів, що впливають на прибуток;
- аналіз показників рентабельності;
- виявлення й оцінка резервів зростання прибутку, способів їхньої мобілізації. [13, с.15]

Прибуток від реалізації продукції, робіт, послуг займає найбільшу питому вагу в структурі балансового прибутку підприємства. Її величина формується під впливом трьох основних факторів: собівартості продукції, обсягу реалізації і рівня діючих цін на реалізовану продукцію. Найважливішим з них є собівартість. Кількісно в структурі ціни вона займає значну питому вагу, тому зниження собівартості дуже помітно позначається на зростанні прибутку за інших рівних умов. Динаміка показника собівартості продукції цікава і з іншого погляду. Зниження витрат у масштабі народного господарства країни свідчить про рівень господарювання в цілому і відбиває позитивні процеси в економіці.

На багатьох підприємствах існують підрозділи економічних служб, що займаються постатейним аналізом собівартості, вишуковують шляхи її

зниження. Але значною мірою ця робота знецінюється інфляцією і ростом цін на вихідну сировину і паливно-енергетичні ресурси. [12]

Збільшення обсягу реалізації продукції в натуральному виразі за інших рівних умов веде до зростання прибутку. Зростаючі обсяги виробництва продукції, що користується попитом, можуть досягатися за допомогою капітальних вкладень, що вимагає направлення прибутку на купівлю більш продуктивного устаткування, освоєння нових технологій, розширення виробництва. Не вимагає капітальних витрат прискорення обороту обігових коштів, що також веде до росту обсягів виробництва і реалізації продукції.

При стабільних економічних умовах господарювання основний шлях збільшення прибутку від реалізації продукції складається в зниженні собівартості в частині матеріальних витрат. Особливо важливо це для підприємств обробних галузей (машинобудування і металообробка, металургійна, нафтохімічна й ін.), на яких питома вага вартості сировини в собівартості істотно вище, ніж на аналогічних підприємствах розвинутих країн.

На величину прибутку від реалізації продукції впливає склад і розмір нереалізованих залишків на початок і кінець звітної періоду. Значна величина залишків приводить до неповного надходження виручки і недоодержанню очікуваного прибутку.

Залишки нереалізованої продукції утворюються по наступним причинах:

- частина готової продукції закономірно осідає на складі в зв'язку з необхідністю її комплектації, упакування, підготовки до відвантаження, нагромадження до розмірів транспортної партії, виписки розрахункових документів. Збільшення залишків готової продукції на складі понад нормативну величину повинне бути предметом уваги фінансових служб підприємства: можливо, продукція не знаходить збуту через розрив господарських зв'язків чи не користується попитом з іншої причини.

Такий вплив на прибуток залишків готової продукції на складі має місце на підприємствах, що випускають продукцію яка має натурально-речовинну форму. Виконані роботи і надані послуги в силу своєї специфічної форми як товару не можуть приймати вид залишків продукції на складі. Те ж відноситься і до продукції деяких галузей, наприклад, електроенергетики, транспорту, зв'язку;

- залишки товарів відвантажених, термін оплати яких не наступив, можуть утворюватися при застосуванні визначених форм розрахунку за відвантаженою продукцією. Повна передоплата продукції, що відвантажуються, виключає утворення таких залишків і практикується багатьма підприємствами, але як форма розрахунків має свої недоліки;
- частина товарів відвантажених не оплачена в термін покупцем. Не надходження виручки в цьому випадку практично не залежить від постачальника. Підприємству варто працювати в напрямку одержання доходів - припинити відвантаження продукції покупцю, перевести його на акредитивну форму розрахунків, передати вимоги по стягненню неплатежів з покупця банку, оформити комерційний кредит;
- продукція відвантажена й отримана покупцем, але останній на законних підставах відмовився від її оплати. Найбільш ймовірною причиною відмовлення може бути недотримання постачальником умов договору постачання.

Резервом збільшення чистого прибутку може бути прибуток, отриманий від реалізації основних засобів і іншого майна підприємства. Якщо раніш операції, пов'язані з вибуттям основних фондів, не робили помітного впливу на фінансові результати, то тепер, коли підприємства вправі розпоряджатися своїм майном, має сенс звільнитися від зайвого і не встановленого устаткування, попередньо проаналізувавши, що вигідніше - продати його чи здати в оренду. [4, 5]

Прибуток може бути отримана від реалізації нематеріальних активів, що мають попит на ринку. Їхня продажна ціна визначається здатністю приносити дохід. Для обчислення прибутку з продажної ціни виключаються витрати, пов'язані зі створенням чи купівлею нематеріальних активів з урахуванням витрат по їхньому доведенню до стану, у якому вони здатні приносити дохід.

У складі позареалізаційних операцій найбільш дохідними можуть бути фінансові вкладення. Важливо, щоб вони здійснювалися не на шкоду основної діяльності підприємства. Конкретні напрямки і структура фінансових вкладень повинні бути результатом продуманої політики підприємства на основі достовірної оцінки їхньої ефективності. Непрофесійний підхід до цього питання може привести до втрати засобів, вкладених у статутний капітал інших підприємств чи спільну діяльність, у неліквідні цінні папери.

Відносно надійним способом фінансових вкладень зараз можна вважати збереження грошей на депозитному рахунку чи придбання депозитних сертифікатів. У цьому випадку повинні враховуватися щонайменше дві обставини: темпи інфляції, якщо мова йде про придбання сертифікатів, і процентна ставка податку з отриманих доходів.

Найважливішим питанням управління процесом формування прибутку є планування прибутку й інших фінансових результатів з урахуванням висновків економічного аналізу. Головною метою при плануванні є максимізація доходів, що дозволяє забезпечувати фінансування більшого обсягу потреб підприємства в його розвитку. При цьому важливо виходити з величини чистого прибутку. Задача максимізації чистого прибутку підприємства тісно пов'язана з оптимізацією величини податків, що сплачуються, у рамках діючого законодавства, запобіганням непродуктивних виплат.

Різні напрямки основної діяльності підприємства, що пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції – товарів, робіт, послуг, а також

фінансової та інвестиційної діяльності дістають остаточну грошову оцінку в сукупності показників фінансових результатів. Ці показники подаються в розділі I „Фінансові результати” „Звіту про фінансові результати” (далі – Звіту).

Основним узагальнюючим показником Звіту є чистий прибуток, який підприємство отримало за звітний період (або збитки, яких воно зазнало).

В умовах ринкової економіки чистий прибуток є основою економічного та соціального розвитку підприємства. Постійне збільшення чистого прибутку – це стале джерело фінансування розвитку виробництва (реінвестування прибутку), виплати дивідендів, створення резервних фондів, задоволення соціальних і матеріальних потреб працівників підприємства, благодійної діяльності. Чистий прибуток – найважливіший показник для оцінювання виробничої та фінансової діяльності підприємств, оскільки відбиває ступінь його активності та фінансового благополуччя, а також ефективність менеджменту. За чистим прибутком визначається прийнятний для інвестора рівень дохідності активів підприємства для порівняння з альтернативними варіантами напрямку інвестування (за умови порівняльного ризику). Чистий прибуток є одним з основних джерел збільшення капіталу підприємства, що відбито у формі №4 „Звіт про власний капітал” фінансової звітності. Постійне збільшення прибутку за умов припустимого ризику, тобто в разі залучення додаткових позикових коштів чи додаткового розміщення акцій, зміцнює конкурентні позиції підприємства на ринку капіталу.[1]

Розглянемо, які саме чинники впливають на цей підсумковий показник. [1, 26]

Основним чинником є дохід (виручка) від реалізації продукції, що свідчить про ринковий попит на продукцію підприємства, повернення вкладених у виробництво коштів і можливість розпочати новий виробничий цикл. Розмір виручки від реалізації залежить від обсягів і

структури виробництва за видами продукції та ринкових цін кожного виду. Відділи маркетингу підприємств зобов'язані постійно аналізувати ринковий попит на продукцію підприємства і своєчасно на нього реагувати. Економічне обґрунтування обсягів виробництва виконується через пошук так званого критичного обсягу, критичної точки, або точки беззбитковості.

Ще один чинник, який істотно впливає на розмір чистого прибутку, - це сукупні витрати на виробництво і збут продукції: собівартість реалізованої продукції, а також адміністративні витрати (загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства) та витрати на збут (витрати на утримання підрозділів, що займаються збутом продукції, рекламу, доставку продукції споживачам тощо).

Послідовність формування чистого прибутку (збитку) підприємства показано на рис. 1.1

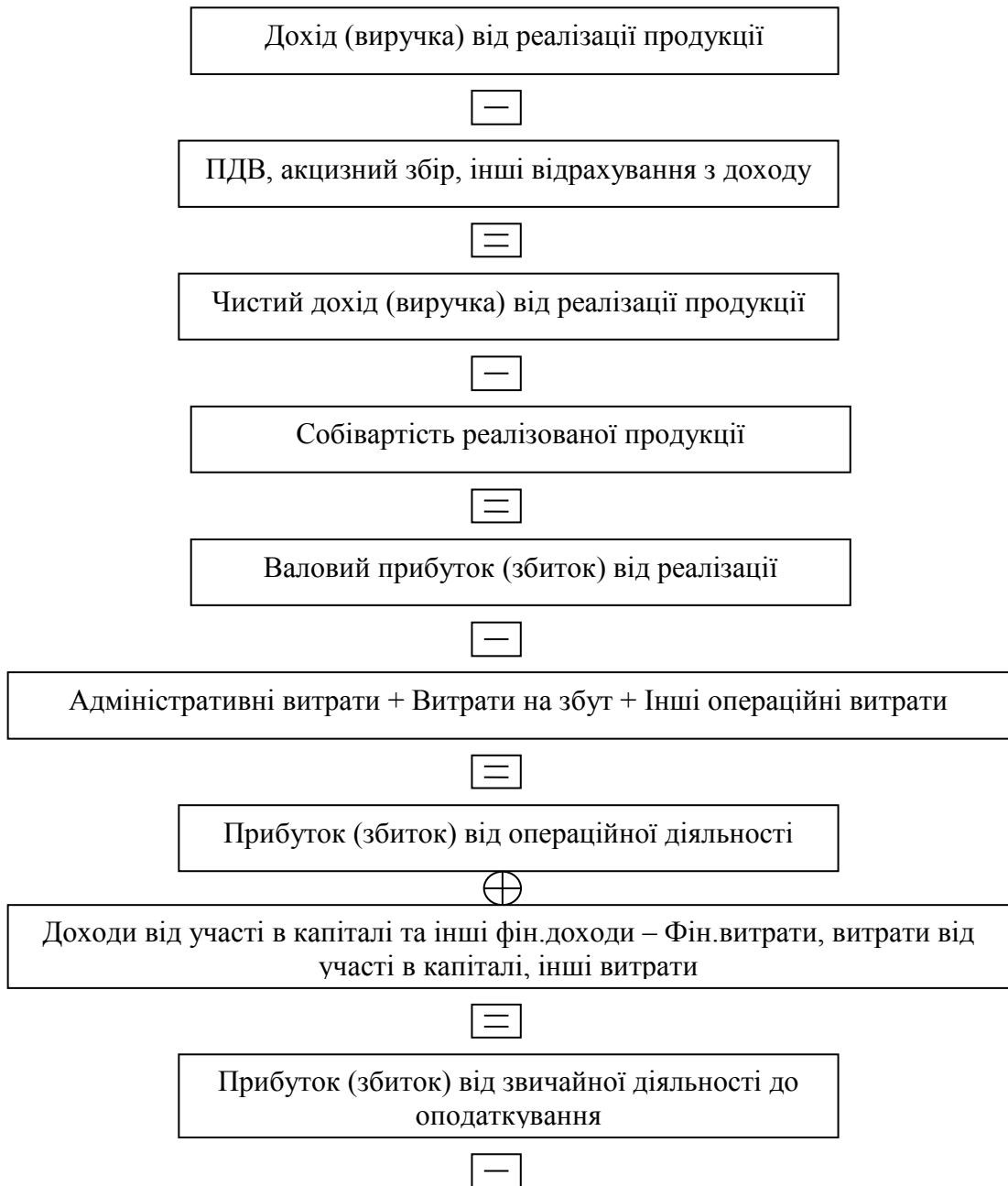




Рис 1.1. Формування чистого прибутку

Прибуток і собівартість є традиційними показниками у ефективності господарювання вітчизняних підприємств. У ринкових умовах господарювання до основних показників поряд із зазначеними належать грошовий потік як сума чистого прибутку і амортизаційні відрахування. На відміну від інших видів витрат нараховані амортизаційні відрахування залишаються на рахунку підприємства, поповнюючи залишок ліквідних коштів. Амортизаційні відрахування відіграють важливу роль у системі обліку і планування діяльності підприємства. Вони є внутрішнім джерелом фінансування. Розмір амортизаційних відрахувань зменшує прибуток, що оподатковується. Таким чином, амортизаційні відрахування – істотний чинник стимулювання інвестиційної діяльності підприємства.

Аналіз чистих грошових потоків є основою класичних методів інвестиційного аналізу. У формі №3 „Звіт про рух грошових коштів” фінансової звітності передбачається додавання амортизації необоротних коштів до прибутку, що свідчить про орієнтацію українських підприємств на „чистий грошовий потік”.

Таким чином, базуючись на наведеній вище інформації, до завдань управління прибутком можна віднести:

1. Забезпечення максимізації розміру формованого прибутку, що відповідає ресурсному потенціалу підприємства.

2. Забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства.
3. Забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до задач розвитку підприємства в майбутньому періоді.
4. Забезпечення постійного росту ринкової вартості підприємства.

1.3. Методичні аспекти управління прибутком підприємства

Розміри прибутку - найважливіший показник, що визначає фінансовий стан підприємства: від нього залежить рівень рентабельності продажів і активів, оборотність активів, рух коштів, інвестиційна привабливість підприємства. Розмір прибутку напряму залежить від обсягу отриманої виручки і тому, при розгляді питань щодо управління прибутком підприємством ці показники необхідно розглядати комплексно.

Величина виручки від продажів функціонально залежить від двох груп факторів: *перша група* - натуральний обсяг продажів і ціна на одиницю кожного виду продукції; *друга група* - загальна сума витрат на продану продукцію і прибуток від продажів. Відповідно виручку можна розглядати або як добуток натурального об'єму продажів на ціни по всій номенклатурі продукції, або як суму витрат і прибутку від продажів.

Для розгляду окремих аспектів управління виручкою і прибутком конкретну значимість здобуває одна з двох названих груп факторів, що формують виручку від продажів.[22]

Якщо перед підприємством постає завдання досягнення визначеної суми виручки від продажів незалежно від одержуваного при цьому фінансового результату, використовується перша група факторів. Зрозуміло, фінансовий результат не повинний мати негативного знака. У випадку, коли необхідно забезпечити визначений прибуток від продажів, практичне значення має друга група факторів.

Однак у дійсності, як правило, одночасно зважуються задачі одержання і необхідної виручки, і необхідного прибутку від продажів, тому в розрахунках беруть участь обидві групи факторів, тим більше що вони взаємозалежні.

Для вирішення будь-яких питань, пов'язаних з управлінням виручкою і прибутком, важливо правильно визначити характер витрат на

реалізовану продукцію. Мова йде про поділ усіх витрат на постійні і перемінні, а також на прямі і непрямі.

Перемінні витрати - це ті види витрат, величина яких змінюється пропорційно зміні обсягу виробництва і продажів у натуральних вимірниках. До них, як правило, відносяться витрати на сировину і матеріали, на оплату праці робітників-відрядників, на паливо, газ і електроенергію для виробничих цілей, тару й упакування тощо.

Постійні витрати - це види витрат, сума яких не залежить від натурального обсягу виробництва і продажів, - наприклад, амортизація основних фондів і нематеріальних активів, орендна плата, витрати по утриманню приміщень тощо.

Однак не випадково перемінні і постійні витрати носять більш точні назви умовно-перемінних і умовно-постійних. Умовність полягає в тому, що деякі види витрат, що традиційно прийнято вважати постійними, у визначених ситуаціях можуть поводитися як перемінні, і навпаки.

Наприклад, істотний ріст обсягу виробництва і продажів може викликати необхідність у збільшенні виробничих площ, вартості устаткування. Тоді амортизація основних фондів, орендна плата поводяться як перемінні витрати, але з одним застереженням: вони збільшуються з ростом натурального обсягу виробництва і продажів, однак не пропорційно цьому росту. У періоди, коли така ситуація має місце, доцільно враховувати названі витрати в складі перемінних і визначати їхній приріст у розрахунку на кожен пункт приросту натурального обсягу виробництва і продажів. [22]

Інший приклад. У складі фонду оплати праці робітників-відрядників можуть бути суми, пов'язані з оплатою простоїв. Ці суми не пов'язані на пряму зі змінами натурального обсягів, отже, вони носять характер постійних витрат.

Таким чином, абсолютно придатного для всіх підприємств і всіх періодів їхньої діяльності переліку перемінних і постійних витрат не існує. Але в кожному конкретному випадку фахівці підприємства можуть оцінити, збільшення яких витрат піде за збільшенням натурального обсягу виробництва і продажів і в якій пропорції. Тому точний поділ витрат на перемінні і постійні можливий. Крім того, він необхідний, - інакше не можна оцінювати вплив тих чи інших змін у попиті на продукцію на показник виручки і прибутку від продажів.

Розподіл витрат на прямі і непрямі здійснюється по ознаці можливості віднесення того чи іншого виду витрат до визначеного виду продукції, не користуючись при цьому умовними прийомами розподілу витрат. Витрати, здійснювані для виробництва і продажів тільки одного виду продукції, є прямими, всі інші - непрямими. Як правило, прямі витрати в основному є перемінними, однак деякі види перемінних витрат можуть виявитися непрямими (наприклад, витрати палива й електроенергії на технологічні потреби в приміщенні, де виробляється кілька видів продукції, і ін.).

Тільки прямі перемінні витрати відносяться безпосередньо до даного виду продукції, всі інші витрати розподіляються по видах продукції умовно. Це означає, що при виборі тієї чи іншої ознаки розподілу загальна величина витрат на даний вид продукції може змінюватися. Названа обставина дуже важлива для встановлення меж можливого маневрування цінами на окремі види продукції. У цілому по підприємству виручка від продажів (за винятком прямих перемінних витрат) являє собою маржинальний прибуток. Іншими словами, *маржинальний прибуток* - це сума постійних непрямих витрат і прибутку від продажів, що повинні міститися в складі виручки від продажів. У ціни на окремі види продукції відповідні частини маржинального прибутку включаються в залежності від стану попиту на кожен вид продукції. Фінансова доцільність продажів

виду продукції визначається лише однією умовою: його вартість за продажними цінами повинна бути вище прямих перемінних витрат. [24]

Якщо підприємство виробляє і продає кілька видів продукції, попит на кожний з яких міняється по-різному, підприємство в межах наявних можливостей повинне змінити обсяг продажів окремих номенклатурних груп виробів для того, щоб виручка і прибуток від продажів у цілому по підприємству були не нижче необхідних розмірів.

Щоб проілюструвати викладену вище концепцію управління прибутком розглянемо ситуацію, коли підприємство в базисному періоді виробляє і продає два види продукції (див. табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Базисні дані підприємства (грн.)

| Показники | Усього | У тому числі | |
|----------------------------|--------|--------------|----------|
| | | виробу А | виробу Б |
| 1.Виручка від продажів | 10 000 | 7000 | 3000 |
| 2.Прямі перемінні витрати | 4800 | 2800 | 2011 |
| 3.Непрямі постійні витрати | 4200 | — | — |
| 4.Прибуток від продажів | 1000 | — | — |

У наступному періоді передбачається збільшення попиту на вироби А і зниження на вироби Б. Можливі наступні варіанти:

а) при збереженні натурального обсягу продажів обох виробів на базисному рівні ціни на А підвищуються на 5%, ціни на Б - знизяться на 8%;

б) при збереженні базисних цін на обидва види виробів натуральний обсяг продажів А можна збільшити на 4%, натуральний обсяг продажів Б знизиться на 10%;

в) при підвищенні цін на вироби А на 3% можна збільшити натуральний обсяг продажів на 2%; при зниженні цін на вироби Б на 12% можна обмежитися зменшенням натурального обсягу продажів на 7%.

Вибір варіанта.

а) Виручка від продажів виробів А складе: $7000 \times 1,05 = 7350$ грн.;
виробів Б: $3000 \times 0,92 = 2760$ грн.

Загальна величина виручки від продажів: $7350 + 2760 = 10\ 110$ грн.

Прибуток від продажів збільшується на ту ж суму, що і виручка, і складає 1110 грн.

б) Виручка від продажів виробів А: $7000 \times 1,04 = 7280$ грн.

виручка від продажів виробів Б: $3000 \times 0,9 = 2700$ грн.

Разом виручка від продажів: $7280 + 2700 = 9980$ грн.

Прибуток від продажів: $9980 - 2800 \times 1,04 - 2011 \times 0,9 - 4200 = 1068$ грн.

в) Виручка від продажів виробів А: $7000 \times 1,03 \times 1,02 = 7354,2$ грн.

виручка від продажів виробів Б: $3000 \times 0,88 \times 0,93 = 2455,2$ грн.

Разом виручка від продажів: $7354,2 + 2455,2 = 9809,4$ грн.

Прибуток від продажів: $9809,4 - 2800 \times 1,02 - 2011 \times 0,93 - 4200 = 893,4$ грн.

Найбільші виручку від продажів і прибуток забезпечуються умовами варіанта „а”. Любий з трьох варіантів прийнятний для підприємства, тому що продажі залишаються рентабельними, а по виробих Б, незважаючи на зниження попиту на них, виручка від продажів перевищує прямі перемінні витрати.

Якби зниження попиту на вироби Б виражалось більш різким зменшенням натурального обсягу продажів чи цін, подальші їхні продажі виявилися б недоцільними. Це відбулося б у випадку зниження виручки від продажів виробів Б до величини менш 2011 грн.

Представимо залежність виручки і прибутку від співвідношення перемінних і постійних витрат у базисному періоді і наступних змінах цін і натурального обсягу продажів у загальному виді. Введемо умовні позначення:

B - виручка від продажів базисного періоду;

Z_1 - перемінні витрати базисного періоду;

Z_2 - постійні витрати базисного періоду;

I_n - індекс зміни натурального обсягу продажів (співвідношення наступного і базисного періодів в одиницях);

I_c - індекс зміни цін (аналогічно I_n).

Збільшення виручки від продажів у наступному за базисним періоді можливо тільки при дотриманні нерівності:

$$B \times I_c \times I_n > B \quad (1.1), \text{ що означає:}$$

$$I_c \times I_n > 1 \quad (1.2).$$

Якщо відбувається падіння попиту на продукцію підприємства, нерівності, як правило, не дотримуються, і виручка від продажів знижується. Навпаки, при росту попиту нерівності можуть бути дотримані.

Практичне значення нерівності (1.1) і (1.2) мають у випадках, коли підприємству необхідно збільшити виручку від продажів, маневруючи і цінами, і натуральним обсягом продажів таким чином, щоб зниження цін давало можливість збільшити натуральний обсяг продажів чи скорочення натурального обсягу продажів забезпечувало більш високі ціни.

Наприклад, підприємство планує збільшити натуральний обсяг продажів на 10% і може піти при цьому на зниження ціни. Яке максимально можливе зниження цін, щоб виручка від продажів при таких змінах збільшилася?

Користаючись нерівністю (1.2), одержуємо:

$$1,1 \times I_c > 1; I_c > 1/1,1; I_c > 0,91.$$

Ціни можна знизити менш ніж на 9%. Зниження їх на 9% за інших рівних умов приведе до рівності виручки від продажів наступного періоду і виручки базисного періоду. Але підприємство поставило метою збільшення виручки, тобто воно може знизити ціни на 8% і менше. Якщо ж сполучення росту натурального обсягу продажів на 10% зі зниженням цін на 8% реально для конкретної ринкової ситуації, ціль досягнута. Якщо

нереально, підприємство повинне бути готове до зниження виручки від продажів, або прийняти інші індекси цін і натурального обсягу продажів.

Збільшення прибутку від продажів можливо при виконанні наступного нерівності:

$$B \times I_c \times I_n - Z_1 \times I_n - Z_2 > B - Z_1 - Z_2, \quad (1.3)$$

чи, після алгебраїчних перетворень:

$$B (I_c \times I_n - 1) - Z_1 (I_n - 1) > 0 \quad (1.4)$$

Нерівність (1.4) показує, що, крім індексів цін і натурального обсягу продажів, на величину прибутку впливає співвідношення перемінних витрат і виручки в базисному періоді. Скористаємося індексами з попереднього прикладу і проведемо розрахунок в умовах різного співвідношення перемінних витрат і виручки в базисному періоді.

Для розрахунку показників наступного періоду прийняті $I_n = 1,1$ і $I_c = 0,92$. Виручка від продажів збільшиться, тому що умови нерівності (1.2) дотримані. Прибуток знизився, тому що не дотримані умови нерівності (1.4).

Як уже відзначалося, при зниженні цін і росту натурального обсягу продажів небезпека зменшення прибутку досить реальна. Однак чим нижче частка перемінних витрат у виручці, тим ця небезпека менше. Користуючись нерівністю (1.4), можна визначити, при якій частці перемінних витрат ті ж I_n і I_c можуть забезпечити зростання прибутку від продажів. Позначивши суму перемінних витрат через X одержуємо:

$$10\,000 \times (1,1 \times 0,92 - 1) > X(1,1 - 1);$$

$$X < 1200.$$

Отже, передбачуване зміна цін і натурального обсягу продажів могла б привести до зростання прибутку від продажів тільки у випадку, якби перемінні витрати в складі виручки складала менш 1200 грн.

Нерівність (1.4) можна використовувати у всіх випадках, коли передбачається одночасна зміна цін і натурального обсягу продажів. Вона дозволяє:

1. Визначити динаміку виручки і прибутку від продажів при передбачуваних індексах цін і натурального обсягу продажів.
2. Розрахувати необхідний рівень одного з індексів, якщо відомий другий, щоб виключити втрати виручки і прибутку від продажів.
3. Прийняти рішення про доцільність продажів даних видів продукції при сформованих умовах попиту на них.

Висновки до розділу I.

Узагальнюючи отриманий досвід можна зробити висновок, що максимізація прибутку - це формальна мета, заради якого існує організація. Того, хто вклав капітал, цікавлять не конкретні проекти, а прибуток. Прибуток - це кінцева нагорода за ефективну працю і створення цінностей для споживачів. Прибуток є простим і зрозумілим критерієм для оцінки ефективності господарських рішень. Це головний критерій вибору кращих рішень.

Для багатьох компаній забезпечення прибутковості - це першочергова задача, що ставить перед собою вище керівництво компанії. Іноді як цільовий показник вибирається абсолютний показник прибутку, але найчастіше використовують відносні показники, такі як доход на одну акцію, прибуток на інвестований капітал чи прибуток на акціонерний капітал. Цільові показники розраховуються, як правило, на основі результатів колишньої діяльності й у зіставленні з показниками інших подібних компаній.

Проте, слід також відмітити, що незважаючи на переважне використання показників прибутку для оцінки успіху в бізнесі, їм характерні визначені недоліки. По-перше, на практиці показниками прибутку менеджери можуть досить легко і просто маніпулювати з метою одержання фальсифікованих результатів. Самі різні, і при тому абсолютно законні, методи амортизаційного обліку, оцінки запасів, обліку витрат на дослідження і розробки, й особливо безліч варіантів реєстрації нових придбань можуть перетворити збитки по окремих статтях витрат у бухгалтерському обліку у великий звітний прибуток і навпаки. Таким чином, опубліковані цифри по прибутку можуть характеризувати дуже сумнівні результати діяльності.

Фахівцям з фінансів відома ціла безліч обмежень, пов'язаних з використанням традиційних показників прибутку. Прибутковість можна

без особливого труда поліпшити, якщо фінансувати ріст за рахунок боргу, а не нарощування власного капіталу. Доходи в розрахунку на одну акцію можуть рости, але ринковий курс акцій падає як наслідок підвищеного фінансового ризику. За ростом показника прибутку може легко приховатися криза готівки, що набирає силу. Іншими словами, показник прибутку не враховує фактор ризику. Звичайно, чим вище прибуток, тим вище фактор ризику. Прибуток і ризик повинні бути збалансовані.

Великий прибуток може сигналізувати не про високу ефективність роботи, а про монополізм, ведення нечесного бізнесу, про зневагу суспільними інтересами (наприклад, в області захисту природного навколишнього середовища).

І, нарешті, показник прибутку органічно не може використовуватися як об'єктивний критерій перспективності бізнесу. Прибуток, як і відносні показники типу прибутку на інвестований капітал, вимірюють результати минулої діяльності компанії, але не її майбутній потенціал. Концентрація зусиль на прибутковості як на першорядній меті неминуче породжує особливий стиль керівництва, орієнтованого на короткостроковий успіх, що готовий пожертвувати довгостроковою конкурентоздатністю компанії. Менеджери знають, як можна без особливих труднощів підняти поточні доходи шляхом скорочення витрат, зниження витрат на розробку нового продукту і підтримки товарної марки, обмеження інвестицій. На ділі ж більшість таких програм по поліпшенню прибутковості ні що інше, як розбазарювання активів компанії.

Розділ 2. Аналіз управління прибутком на ДП “Волиньвугілля”

2.1 Стисла характеристика ДП “Волиньвугілля” та загальна оцінка фінансових результатів підприємства

ДП «Волиньвугілля». Включає 5 шахт, які видобувають енергетичне вугілля. Загальний фактичний видобуток 428154 т (2013р.).

Адреса: 45400, вул.Луцька, 1, м.Нововолинськ, Волинської обл..

ДП "Шахта № 1 «Нововолинська». Входить до ВО «Волиньвугілля».

Розташована у місті Нововолинськ, Волинської області.

Стала до ладу у 1954 р. з проектною потужністю 300 тис. т/рік.

Встановлена виробнича потужність у 1991 р. — 352,7 тис. т. У 2013 р. видобуто 71 тис.т. вугілля.

Шахтне поле розкрите двома вертикальними стволами глибиною 370 м. Шахта віднесена до III категорії за метаном і небезпечна за вибуховістю вугільного пилу. Відпрацьовує пласти п₇, п₈ потужністю 0,7-1,2 м з кутами падіння 3-6°. На очисних роботах використовуються комплекси КМК-97м, на підготовчих — комбайни ГПКС.

ДП Шахта № 5 «Нововолинська». Входить до ВО «Волиньвугілля».

Розташована у місті Нововолинськ, Волинської області.

Стала до ладу у 1959 р. з проектною потужністю 450 тис. т/рік. У 1991 р. фактичний видобуток складав 1163 т/добу. У 2013 р. видобуто 68 тис.т. вугілля.

Шахта відпрацьовує два вугільних пласта: п₇, п₈ потужністю 0,7-0,9 м з кутами падіння 0-3°.

ДП Шахта № 9 «Нововолинська». Входить до ВО «Волиньвугілля».

Розташована у місті Нововолинськ, Волинської області.

Стала до ладу у 1963 р. з проектною потужністю 450 тис. т/рік. У 1983 р. до цієї шахти приєднана ш. № 3 Нововолинська (стала до ладу у 1954), яка допрацьовувала свої запаси. У 2013 р. видобуто 206 тис.т. вугілля.

Шахта розкрита двома вертикальними стволами глибиною 378 м. Належить до I категорії за метаном, небезпечна за вибуховістю вугільного пилу.

ДП "Шахта «Бужанська». Входить до ВО «Волиньвугілля». Розташована у місті Нововолинськ, Волинської області.

У 2013 р. видобуто 83 тис.т. вугілля.

ДП "Волиньвугілля" успішно розвиває традиційними зв'язки, що стали вже, з великими підприємствами і встановлює ділові контакти з малими фірмами, число яких швидко росте.

Структурна схема підприємства зображена на рис. 2.1.

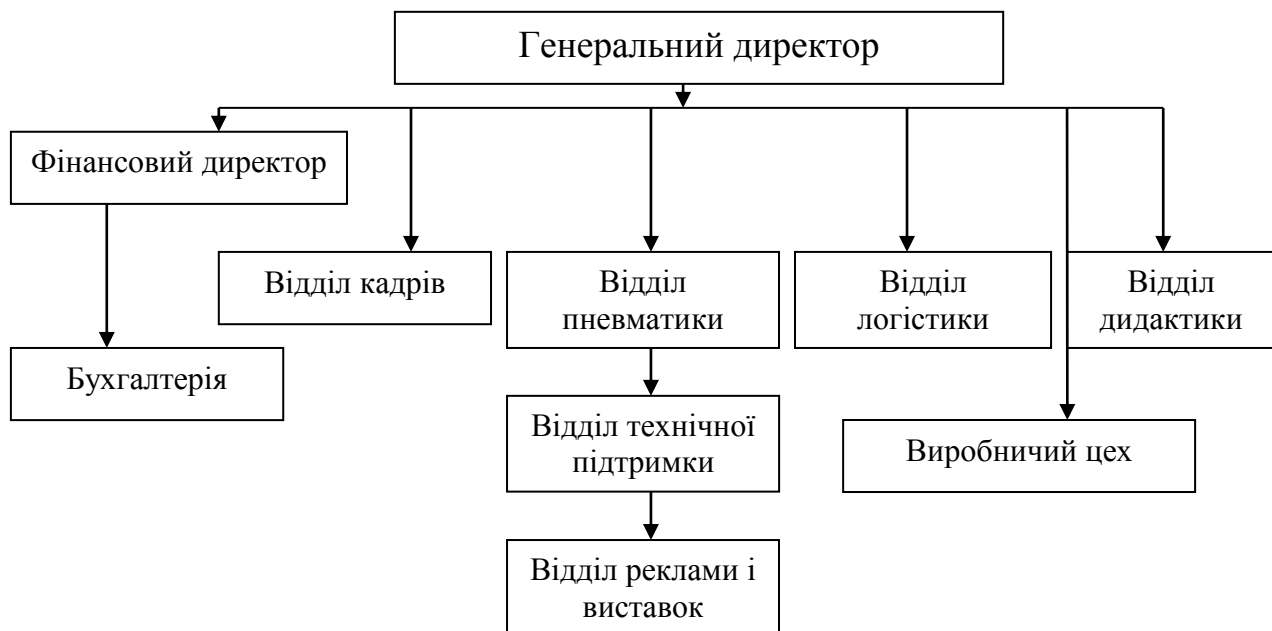


Рис. 2.1 Структура ДП „Волиньвугілля”

Проаналізуємо фінансово-економічний стан підприємства за останні три роки.

Таблиця 2.1

Оцінка фінансового стану ДП „Волиньвугілля”.

| Показники | Методика розрахунку показників | 2011 | 2012 | 2013 | Зміни | |
|---|---|------------|-------|-------|---------------------------|---|
| | | | | | абсолютні гр. 5 – гр.3 | відносні, % (гр.5 / гр. 3 – 1) * 100 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Загальна вартість активів (майна) | Підсумок балансу (р.280) | 39794 | 41399 | 44182 | 4388,0 | 11,1 |
| 2. Вартість необоротних активів | Розділ I активу балансу (р.080) | 25585 | 26313 | 29290 | 3705,0 | 14,5 |
| 3. Вартість оборотних (мобільних) активів | Підсумок р.II і III активу балансу (р.260+р.270) | 14209 | 15086 | 14892 | 683,0 | 4,8 |
| 4. Дебіторська заборгованість | Підсумок р.150-210 розд. II активу балансу. | 3536 | 3036 | 2089 | -1447,0 | -40,9 |
| 5. Власний капітал | Розділ I пасиву балансу (р.380) | 36143 | 38996 | 42440 | 6297,0 | 17,4 |
| 6. Залучений капітал | Підсумок (р.430, 480, 620, 630) розділів II - V пасиву балансу. | 3651 | 2403 | 1742 | -1909,0 | -52,3 |
| 7. Фондоозброєність: | | | | | | |
| - (за оплатою праці) | ф.1 (р.030):ф.2(р.240) | 8,60 | 8,16 | 6,41 | -2,2 | -25,5 |
| - середньооблікового працівника | ф.1 (р.030):ф.5 (середньооблікова чисельність працівників) | 112,5 9 | 91,27 | 92,80 | -19,8 | -17,6 |
| 8. Вартість основних засобів: | | | | | | |
| - первісна | ф.1, р.031 | 46812 | 48725 | 52689 | 5877,0 | 12,6 |
| - залишкова | ф.1, р.030 | 25333 | 26195 | 29233 | 3900,0 | 15,4 |
| 9. Знос основних засобів (%) | ф.1, р.032 / ф.1, р.031 | 46 | 46 | 45 | -1,0 | X |
| 10. Матеріаломісткість господарської діяльності | ф.2 (р.230:р.280) | 0,73 | 0,76 | 0,73 | 0,0 | 0,6 |
| 11. Трудомісткість господарської діяльності | ф.2 (р.240 + р.250) : (р.035) | 0,12 | 0,08 | 0,09 | -0,02 | -19,8 |
| 12. Фондомісткість господарської діяльності | ф.2 (р.260:р.280) | 0,07 | 0,07 | 0,07 | 0,0 | -6,2 |

| | | | | | | |
|---|--|------|------|------|-------|------|
| 13. Матеріаловіддача | ф.2 (р.280:р.230) | 1,37 | 1,31 | 1,36 | -0,01 | -0,6 |
| 14. Коефіцієнт співвідношення: | | | | | | |
| - необоротних і оборотних активів | ф.1 (р.080):(р.260+р.270) | 1,80 | 1,74 | 1,97 | X | x |
| - оборотних і необоротних активів | ф.1 (р.260+р.270): (р.080) | 0,56 | 0,57 | 0,51 | X | x |
| 15. Середньо облікова чисельність працівників | ф.5 (середньооблікова чисельність працівників) | 225 | 287 | 315 | 90,0 | 40,0 |

Згідно даних, наведених в табл. 2.1, загальна вартість активів підприємства на кінець 2013 року склала 44182 тис. грн. В порівнянні з 2011 роком вона збільшилась на 4388 тис. грн. або 11,1%. Це свідчить про те, що підприємство розвивається і має стабільний фінансовий стан.

Вартість необоротних активів у 2013 році в порівнянні з 2011 роком збільшилась на 3705 тис. грн., або на 14,5%; оборотних на 683 тис. грн. або 4,8%. Дана ситуація типова для підприємства виробничої сфери на якому, як правило, необоротні активи перевищують оборотні.

Дебіторська заборгованість за аналізований період зменшилась на 1447 тис. грн., або на 40,9%, це є позитивний показник, який свідчить про виважену політику керівництва підприємства щодо дебіторів.

Власний капітал підприємства збільшився на 6297 тис. грн., або на 17,4%, внаслідок чого відпала потреба в залученні додаткового запозиченого капіталу, сума якого скоротилась на 1909 тис. грн., або 52,3%.

Вартість основних засобів збільшилась на 5877 тис. грн., або на 12,5%, проте коефіцієнт зносу основних засобів свідчить, що основні засоби підприємства зношені на 45% (2013р.) і потребують більш інтенсивного оновлення.

Матеріаломісткість господарської діяльності є дуже високою – 0,73 (2013р.), а трудомісткість, навпаки - досить низькою – 0,09 (2013р.). Це обумовлено специфікою продукції, що випускається.

Коефіцієнти співвідношення необоротних і оборотних активів та оборотних і необоротних активів свідчать, що підприємство займається виробничою діяльністю (необоротних активів більше ніж оборотних), що характерно для всіх виробничих підприємств.

Середньо облікова чисельність працівників за аналізований період збільшилась на 90 чол., або на 40%, що свідчить про збільшення обсягу виробництва.

Для того, щоб проаналізувати ліквідність підприємства розглянемо таблицю 2.2.

Оцінка ліквідності ДП „Волиньвугілля”.

| Показники | Норматив | Формула розрахунку | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|-----------|--|------|------|-------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності) | >1 | ф.1 (сума р.260-270):(р.620) | 3,89 | 6,28 | 12,13 |
| 2. Коефіцієнт швидкої ліквідності. | >0,5 | ф.1 (сума р.150-250):(р.620) | 1,07 | 1,48 | 2,12 |
| 3. Коефіцієнт незалежності (забезпеченої) ліквідності. | >0,5 | ф.1 (сума р.130-150 + 230,240):(р.620) | 1,11 | 2,24 | 4,68 |
| 4. Коефіцієнт абсолютної ліквідності. | >0,2 | ф.1 (сума р.220-240):(р.620) | 0,10 | 0,22 | 0,42 |
| 5. Частка оборотних активів в загальній сумі активів. | за планом | ф.1 (р.260):(р.280) | 0,36 | 0,36 | 0,34 |
| 6. Частка виробничих запасів в оборотних активах. | >0,5 | ф.1 (сума р.100-120):(р.260) | 0,46 | 0,44 | 0,47 |

Загальний коефіцієнт покриття протягом аналізованого періоду має сталу тенденцію до збільшення. Це свідчить про достатність у підприємства обігових коштів для погашення боргів протягом року.

Коефіцієнт швидкої ліквідності становить: у 2011р – 1,07; у 2012р. – 1,48; у 2013 р. – 2,12. Протягом аналізованого періоду він становив нормативне значення (> 0,5). Цей коефіцієнт свідчить про те скільки одиниць найбільш ліквідних активів припадає на одиницю термінових боргів.

Що стосується коефіцієнта абсолютної ліквідності, то тут ситуація наступна: у 2011 році цей показник становив менше нормативу (норматив 0,2; показник 0,10), проте у 2012 та 2013 роках його значення збільшилось і становило відповідно 0,22 та 0,42. Цей показник свідчить про готовність підприємства негайно ліквідувати короткострокову заборгованість.

Частина оборотних активів в загальній сумі активів та частина виробничих запасів в оборотних активах на протязі аналізованого періоду майже не змінюються і їх значення свідчать, як вже зазначалося раніше,

про те що підприємство займається виробничою діяльністю (необоротних активів більше).

В загальному можна зробити висновок, що підприємство в аналізованому періоді мало ліквідний баланс.

За даними таблиці 2.3 проведемо аналіз ділової активності підприємства.

Таблиця 2.3

Оцінка ділової активності ДП „Волиньвугілля”.

| Показники | Формула розрахунку | 2011 | 2012 | 2013 | Зміни | |
|--|---------------------|-------|-------|-------|---------------------------|---|
| | | | | | абсолютні гр.5 – гр. 3 | відносні, % ((гр.5 / гр. 3) – 1)*100 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | ф.2 (р.010) | 41506 | 63528 | 81265 | 39759,0 | 96,0 |
| 2. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | ф.2 (р.035) | 34587 | 52938 | 67718 | 33131,0 | 96,0 |
| 3. Фактичні обсяги виробництва продукції (робіт, послуг), тис. грн. | ф.2 (р.280) | 25929 | 33518 | 37986 | 12057,0 | 47,0 |
| 4. Валовий фінансовий результат від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | | | | | | |
| - прибуток | ф.2 (р.050) | 5683 | 8682 | 11804 | 6121,0 | 108,0 |
| - збиток | ф.2 (р.055) | | | | | |
| 5. Чистий фінансовий результат: | | | | | | |
| - прибуток | ф.2 (р.220) | 1521 | 3321 | 5911 | 4390,0 | 289,0 |
| - збиток | ф.2 (р.225) | | | | | |
| 6. Продуктивність праці (по оплаті праці), тис. грн. | ф.2 (р.035):(р.240) | 11,74 | 16,49 | 14,84 | x | X |
| 7. Фонд оплати | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--------|--------|--------|--------|------|
| праці, тис. грн. | | | | | | |
| - річний | ф.2(р.240) | 2945 | 3210 | 4562 | 1617,0 | 55,0 |
| - місячний | ф.2(р.240):12 | 245,42 | 267,50 | 380,17 | 135,0 | 55,0 |
| 8. Фондовіддача, грн. | ф.2(р.035):ф.1(р.030) | 1,37 | 2,02 | 2,32 | x | X |
| 9. Коефіцієнт оборотності оборотних активів | ф.2(р.035):ф.1(р.260) | 2,44 | 3,51 | 4,55 | x | X |
| 10. Тривалість обороту оборотних активів, дні | 365:Коеф.оборотності оборотних активів | 150 | 104 | 80 | -70,0 | x |
| 11. Коефіцієнт оборотності власного капіталу | ф.2(р.035):ф.1(р.380) | 0,96 | 1,36 | 1,60 | x | X |
| 12. Тривалість обороту власного капіталу, дні | 365:Коефіцієнт оборотності власного капіталу | 381 | 269 | 229 | -153,0 | x |

З наведених даних бачимо, що підприємство в період з 2011 по 2013 рік суттєво збільшило випуск готової продукції, внаслідок чого зріс валовий дохід та чистий прибуток підприємства (відповідно на 39759 тис. грн. або 96,0% та 33131 тис. грн. або 96,0%). Фактичні обсяги виробництва продукції збільшились на 12057,0 %, або 47,0%; збільшення виручки на 96,0 % свідчить про те що було збільшено ціни на продукцію підприємства.

Чистий прибуток підприємства за аналізований період збільшився на 289,0 %(!). Продуктивність праці на підприємстві збільшилась на 26,0%. Фонд оплати праці виріс на 5,0%. Тривалість обороту оборотних активів зменшилась майже вдвічі з 150 днів у 2011р. до 80 днів у 2013р., що є позитивним показником. Також зменшилась на 153 дні тривалість обороту власного капіталу.

Можна зробити висновок, що показники ділової активності підприємства за аналізований період суттєво покращились.

За даними таблиці 2.4 проведемо аналіз рівня ефективності господарської діяльності ДП „Волиньвугілля”.

Таблиця 2.4

**Оцінка рівня ефективності господарської діяльності ДП
„Волиньвугілля”.**

| Показники | Формула розрахунку | 2011 | 2012 | 2013 | Зміни | |
|---|---|------|------|------|---------------------------|---|
| | | | | | абсолютні гр.5 – гр. 3 | відносні, % ((гр.5 / гр. 3) – 1)*100 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Рентабельність (прибутковість) виробничих витрат | ф.2 (р.050 або 055) : (р.040) * 100 | 19,7 | 19,6 | 21,1 | x | 7,4 |
| 2. Рентабельність (прибутковість) господарської діяльності | ф.2 (р.170 або 175+р.200-205) : (сума р.040, 070, 080, 090, 140, 150, 160, 205) * 100 | 11,2 | 16,6 | 23,9 | x | 113,1 |
| 3. Рентабельність (прибутковість) підприємства | ф.2 (р.220 або 225):(сума р.040,070,080,090,140 ,150,160,205)*100 | 4,6 | 6,8 | 9,9 | x | 113,1 |
| 4. Чиста рентабельність (прибутковість) виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | ф.2 (р.220 або 225) : (р.035)*100 | 4,4 | 6,3 | 8,7 | x | 98,5 |
| 5. Рентабельність активів | ф.2 (р.220 або 225) : (р.280)*100 | 5,9 | 9,9 | 15,6 | x | 165,3 |
| 6. Коефіцієнт окупності виробничих витрат | ф.2 (р.035) : (р.040) | 1,20 | 1,20 | 1,21 | x | x |
| 7. Адміністративні витрати на 1 грн. собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | ф.2 (р.070) : (р.040) | 0,05 | 0,03 | 0,02 | -0,02 | -48,7 |
| 8. Коефіцієнт окупності активів | ф.2(р.035) : ф.1 (р.280 гр.3+гр.4) | 0,9 | 1,3 | 1,5 | x | x |

Рентабельність господарської діяльності підприємства збільшилась на 113,1%; чиста рентабельність виручки від реалізації продукції збільшилась на 98,5%, рентабельність активів збільшилась на 165,3%; адміністративні витрати на 1 грн. собівартості реалізованої продукції скоротились на 48,7%. Це все свідчить про високу ефективність ведення господарської діяльності підприємства.

2.2 Факторний аналіз прибутку ДП „Волиньвугілля”

До чинників, що впливають на операційний прибуток, належать зміни:

- ціни на реалізовану продукцію;
- обсягів реалізації продукції;
- собівартості одиниці продукції;
- собівартості продукції за рахунок структурних зрушень у складі продукції.

Суть розрахунку впливу на операційний прибуток наведених чинників полягає в послідовному аналізі кожного з них, тобто припускається, що інші чинники у цей час на прибуток не впливають.

1. Вплив на прибуток змін ціни на реалізовану продукцію.

$$\Delta P^p = \sum_{i=1}^n Q_{il} * (P_{il} - P_{io}), \quad (2.1)$$

де Q_{il} – обсяг реалізації i -го виду продукції у звітному періоді ($i = 1, n$); P_{il}, P_{io} – ціна реалізації i -го виду продукції у періоді відповідно звітному та попередньому.

Для кожного i -го виду продукції встановлюється, скільки можна одержати прибутку додатково завдяки реалізації обсягів виробництва у звітному періоді за цінами, що перевищують ціни в попередньому періоді.

Приклад (вихідні дані для всіх прикладів наведені у Додатку А).

Вплив на прибуток змін ціни на реалізовану продукцію за видами виробів:

$$\Delta P_A = 196 (33 - 30,2) = 548,8 \text{ тис. грн.};$$

$$\Delta P_B = 312 (62 - 59,9) = 655,2 \text{ тис. грн.};$$

$$\Delta P_D = 194 (43 - 41) = 388 \text{ тис. грн.};$$

$$\Delta P_{ж} = 222 (52 - 50) = 444 \text{ тис. грн.}.$$

Сукупний вплив на прибуток змін ціни на всю реалізовану продукцію

$$\Delta P^P = 548,8 + 655,2 + 388 + 444 = 2036 \text{ тис. грн.}$$

2. Вплив на прибуток змін обсягів реалізації продукції.

$$\Delta P^Q = P_0 \left[\frac{S_{1,0}}{S_0} - 1 \right], \quad (2.2)$$

де, P_0 – прибуток від реалізованої продукції за попередній період;

$S_{1,0}$ – фактична собівартість реалізованої продукції у звітному періоді, що розрахована в цінах і тарифах попереднього періоду,

$$S_{1,0} = \sum_{i=1}^n S_{io} Q_{il}; \quad (2.3)$$

S_{io} – собівартість i -го виду продукції в попередньому періоді;

Q_{il} - обсяг реалізації i -го виду продукції в попередньому періоді;

S_0 – фактична собівартість реалізованої продукції в попередньому періоді,

$$S_0 = \sum_{i=1}^n S_{io} Q_{io}, \quad (2.4)$$

де, Q_{io} – обсяг реалізації i -го виду продукції в попередньому періоді.

З'ясовується, скільки додатково було отримано прибутку тільки завдяки збільшенню обсягів виробництва окремих видів продукції. Для зручності порівняння обсяги виражені через собівартість (з метою уникнення впливу цінового чинника). Припускається, що пропорційно до зміни обсягів виробництва змінюється прибуток.

Приклад. Фактична собівартість реалізованої продукції у звітному періоді за видами виробів

$$S_{A1,0} = 196 * 24 = 4704 \text{ тис. грн.}$$

$$S_{B1,0} = 165 * 7 = 1155 \text{ тис. грн.}$$

$$S_{B1,0} = 312 * 53 = 16536 \text{ тис. грн.}$$

$$S_{Г1,0} = 279 * 39 = 10881 \text{ тис. грн.}$$

$$S_{Д1,0} = 194 * 37 = 7178 \text{ тис. грн.}$$

$$S_{Е1,0} = 135 * 41 = 5535 \text{ тис. грн.}$$

$$S_{Ж1,0} = 222 * 39 = 8658 \text{ тис. грн.}$$

Вплив на прибуток змін обсягів реалізації продукції

$$\Delta P^Q = 8700 * \left(\frac{54647}{44256} - 1 \right) = 2043 \text{ тис.грн.}$$

3. Вплив на прибуток змін у структурі реалізованої продукції

$$\Delta P^{Q'} = P_0 \left(\frac{V_{1,0}}{V_0} - \frac{S_{1,0}}{S_0} \right), \quad (2.5)$$

де, $V_{1,0}$ – обсяги реалізації продукції у звітному періоді за цінами попереднього періоду;

V_0 – виручка від реалізації продукції за попередній період,

$$V_{1,0} = \sum_{i=0}^n Q_i P_{i0}.$$

Приклад. Обсяги реалізації продукції за видами виробів у звітному періоді за цінами попереднього періоду.

$$V_{A1,0} = 196 * 30,2 = 5919,2 \text{ тис. грн.}$$

$$V_{Б1,0} = 165 * 13 = 2145 \text{ тис. грн.}$$

$$V_{B1,0} = 312 * 59,9 = 18688,8 \text{ тис. грн.}$$

$$V_{Г1,0} = 279 * 45 = 12555 \text{ тис. грн.}$$

$$V_{Д1,0} = 194 * 41 = 7954 \text{ тис. грн.}$$

$$V_{Е1,0} = 135 * 52 = 7020 \text{ тис. грн.}$$

$$V_{Ж1,0} = 222 * 50 = 11100 \text{ тис. грн.}$$

$$V_{1,0} = 65382 \text{ тис. грн.}$$

Вплив на прибуток змін у структурі реалізованої продукції

$$\Delta P^Q = 8700 \left(\frac{65382}{52956,4} - \frac{54647}{44256} \right) = 58,6 \text{ тис.грн.}$$

4. Вплив на прибуток змін собівартості одиниці продукції

$$\Delta P^S = \sum_{i=1}^n (S_{i1} - S_{i0}) Q_{i1}, \quad (2.6)$$

де, S_{i1} – собівартість i -го виду продукції у звітному періоді.

Приклад. Вплив на прибуток змін собівартості продукції за видами виробів.

$$\Delta P_A = 196 (24 - 26) = -392 \text{ тис. грн.};$$

$$\Delta P_B = 312 (53 - 55) = -624 \text{ тис. грн.};$$

Сукупне збільшення собівартості продукції (тобто зменшення прибутку) зумовлюється збільшенням собівартості одиниці продукції:

$$\Delta P^S = (-392) + (-624) = -1016 \text{ тис. грн.}$$

5. Вплив на прибуток змін собівартості продукції за рахунок структурних зрушень у складі продукції.

$$\Delta P^{SQ} = S_0 \frac{V_{1,0}}{V_0} - S_{1,0} \quad (2.7)$$

Приклад. Вплив на прибуток змін собівартості продукції за рахунок структурних зрушень у складі продукції.

$$\Delta P^{SQ} = 44256 \frac{65382}{52956} - 54647 = -7 \text{ тис. грн.}$$

6. Сукупний вплив чинників на прибуток від реалізації продукції.

$$\Delta P^T = \Delta P^P + \Delta P^Q + \Delta P^{Q'} + \Delta P^S + \Delta P^{SQ} = 2036 + 2043 + 58,6 - 1016 - 7 = 3115 \text{ тис. грн.}$$

7. Загальне збільшення операційного прибутку.

$$\Delta P = P_1 - P_0 = \Delta P^T + \Delta P^O \quad (2.8)$$

де P_1 – операційний прибуток за звітний період; ΔP^O – збільшення інших операційних доходів.

Приклад. Загальне збільшення операційного прибутку.

$$\Delta P = 3115 + 18 = 3133 \text{ тис. грн.}$$

Структуру змін операційного прибутку за чинниками з числовими абсолютними показниками і у відсотках наведено на рис. 2.2

Збільшення операційного прибутку до 3133 тис. грн. пояснюється збільшенням прибутку від реалізації продукції та збільшенням інших

операційних доходів. Вирішальними чинниками збільшення прибутку від реалізації продукції були такі:

- підвищення цін на реалізовану продукцію (за умови виключення впливу інших чинників цей чинник сприяв би збільшенню операційного прибутку в 10,8 раз порівняно з фактичним рівнем);
- збільшення собівартості реалізованої продукції (внаслідок дії цього чинника за умови незмінності інших чинників операційний прибуток зменшився б майже в 10 разів порівняно з фактичним рівнем).

Оскільки ціни на реалізовану продукцію підвищились більше ніж її собівартість, то прибуток у загальному підсумку збільшився.

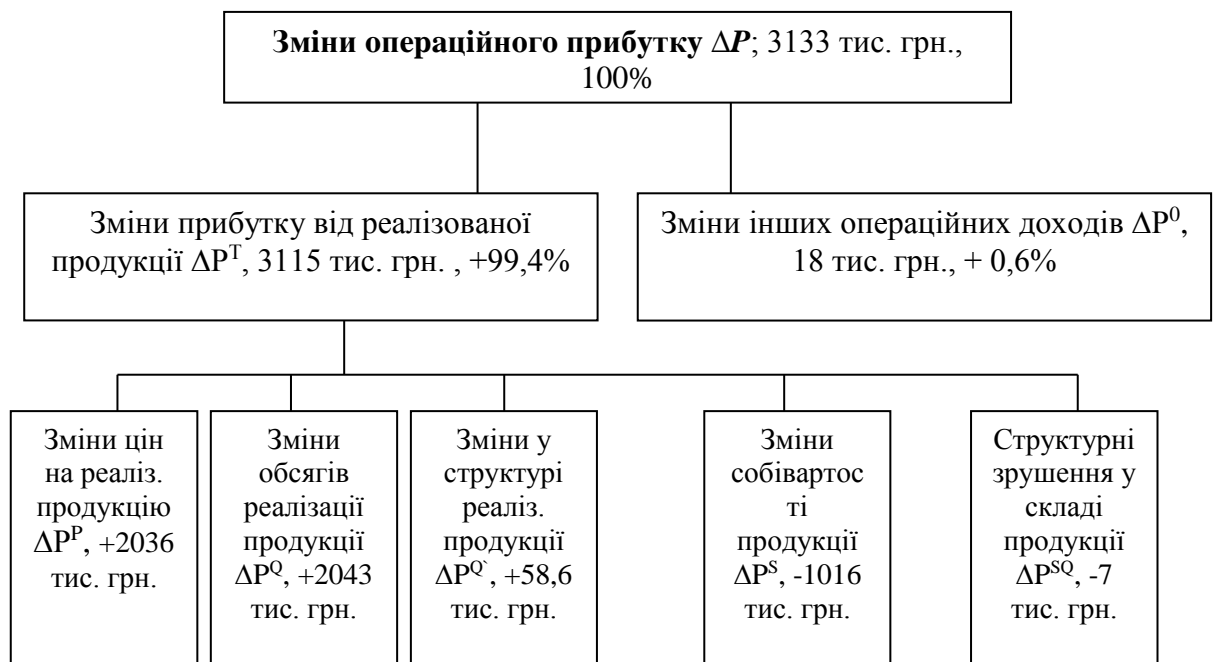


Рис. 2.2 Структура змін операційного прибутку за чинниками

2.3 Організація процесу управління прибутком на підприємстві

Керівнику будь-якого підприємства на практиці приходиться приймати безліч різноманітних управлінських рішень. Кожне прийняте рішення, що стосуються ціни, витрат підприємства, обсягу і структури реалізації продукції, в остаточному підсумку позначається на фінансових результатах підприємства. Простим і дуже точним способом визначення взаємозв'язку і взаємозалежності між цими категоріями є встановлення точки беззбитковості - визначення моменту, починаючи з якого доходи підприємства цілком покривають його витрати.

На підприємстві, що аналізується, одним з інструментів менеджерів у процесі управління прибутком є аналіз беззбитковості виробництва чи аналіз співвідношення „*витрати - обсяг – прибуток*” (Cost - Volume - Profit; *CVP - аналіз*).

Цей вид аналізу є одним з найбільш ефективних засобів планування, прогнозування і, відповідно, управління діяльністю підприємства. Він допомагає керівникам підприємств виявити оптимальні пропорції між перемінними і постійними витратами, ціною й обсягом реалізації, мінімізувати підприємницький ризик.

Ключовими елементами аналізу співвідношення "витрати - обсяг - прибуток" виступають маржинальний доход, поріг рентабельності (точка беззбитковості), виробничий левередж і маржинальний запас міцності.

Маржинальний доход - це різниця між виручкою підприємства від реалізації продукції (робіт, послуг) і сумою перемінних витрат.

Поріг рентабельності (точка беззбитковості) - це показник, що характеризує обсяг реалізації продукції, при якому виручка підприємства від реалізації продукції (робіт, послуг) дорівнює всім його сукупним витратам, тобто це той обсяг продажів, при якому підприємство не має ні прибутку, ні збитку.

Виробничий левередж - це механізм управління прибутком підприємства в залежності від зміни обсягу реалізації продукції (робіт, послуг).

Маржинальний запас міцності - це процентне відхилення фактичної виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) від граничного виторгу (порога рентабельності).

Для проведення аналізу беззбитковості виробництва необхідною умовою є розподіл витрат підприємства на *постійні* і *перемінні*. Як відомо, постійні витрати не залежать від обсягу виробництва, а перемінні - змінюються з ростом (зниженням) обсягу випуску і продажів. Для розрахунку розміру виручки, що покриває постійні і перемінні витрати, виробничі підприємства у своїй практичній діяльності використовують такі показники, як величина і норма маржинального доходу.

Величина маржинального доходу показує внесок підприємства в покриття постійних витрат і одержання прибутку.

Існує два способи визначення величини маржинального доходу. При першому способі з виторгу підприємства за реалізовану продукцію віднімають усі перемінні витрати, тобто всі прямі витрати і частину накладних витрат (загальновиробничі витрати), що залежать від обсягу виробництва і відносяться до категорії перемінних витрат. При другому способі величина маржинального доходу визначається шляхом додавання постійних витрат і прибутку підприємства.

Під середньою величиною маржинального доходу розуміють різницю між ціною продукції і середніх перемінних витрат. Середня величина маржинального доходу відбиває внесок одиниці виробу в покриття постійних витрат і одержання прибутку.

Нормою маржинального доходу називається частка величини маржинального доходу у виторзі від реалізації (для окремого виробу) чи частка середньої величини маржинального доходу в ціні товару.

Використання цих показників допомагає швидко вирішити деякі задачі, наприклад, визначити розмір прибутку при різних обсягах випуску.

Розглянемо ефект виробничого левереджа на прикладі ДП „Волиньвугілля”:

1. Сума продажів (виручка) - 75000 грн.
2. Перемінні витрати – 50000 грн.
3. Маржинальний дохід (п. 1 - п. 2) - 25000 грн.
4. Постійні витрати – 15000 грн.
5. Прибуток (п. 3 - п. 4) – 10000 грн.
6. Обсяг реалізованої продукції - 5000 од.
7. Ціна за одиницю - 15 грн.
8. Ефект виробничого левереджа (п. 3 : п. 5) - 2,5

Використовуючи механізм виробничого левереджа, спрогнозуємо зміну прибутку підприємства в залежності від зміни виручки, а також визначимо точку беззбиткової діяльності. Для нашого приклада ефект виробничого левереджа складає 2,5 одиниць ($25000 : 10000$). Це означає, що при зниженні виручки підприємства на 1%, прибуток скоротиться на 2,5%, а при зниженні виручки на 40% ми досягнемо порога рентабельності, тобто прибуток стане нульовий. Припустимо, що виручка скоротиться на 10% і складе 67500 грн. ($75000 - 75000 \times 10 : 100$). У цих умовах прибуток підприємства скоротиться на 25% і складе 7500 грн. ($10000 - 10000 \times 25 : 100$).

Виробничий левередж є показником, що допомагає менеджерам вибрати оптимальну стратегію підприємства в управлінні витратами і прибутком. Величина виробничого левереджа може змінюватися під впливом:

- ціни й обсягу продажів;
- перемінних і постійних витрат;
- комбінації будь-яких перерахованих факторів.

Розглянемо вплив кожного фактора на ефект виробничого левереджа на основі вищенаведеного приклада.

Збільшення ціни реалізації на 10% (до 16 грн. 50 коп. за одиницю) приведе до збільшення обсягу продажів до 82500 грн., маржинального доходу - до 32500 грн. ($82500 - 50000$) і прибутку до 17500 грн. ($32500 - 15000$). При цьому також збільшиться маржинальний дохід у розрахунку на одиницю з 5 грн. ($25000 \text{ грн.} : 5000 \text{ од.}$) до 6 грн. 50 коп. ($32500 \text{ грн.} : 5000 \text{ од.}$). У цих умовах для покриття постійних витрат буде потрібно менший обсяг продажів: точка беззбитковості складе 2308 од. ($15000 \text{ грн.} : 6 \text{ грн. 50 коп.}$), а маржинальний запас міцності підприємства збільшиться до 2692 од. ($5000 - 2308$) чи на 53,8%. Як наслідок, підприємство може отримати додатковий прибуток у сумі 7500 од. ($17500 - 10000$). При цьому, ефект виробничого левереджа знизиться з 2,5 до 1,86 одиниць ($32500 : 17500$).

Зниження перемінних витрат на 10% (з 50000 грн. до 45000 грн.) приведе до збільшення маржинального доходу до 30000 грн. ($75000 - 45000$) і прибутку до 15000 грн. ($30000 - 15000$). У результаті цього точка беззбитковості (поріг рентабельності) збільшиться до 37500 грн. [$15000 : (30000 : 75000)$], що в натуральному вираженні складе 2500 од. ($37500 : 15$). Як наслідок, маржинальний запас міцності підприємства складе 37500 грн. ($75000 - 37500$) чи 2500 од. ($37500 \text{ грн.} : 15 \text{ грн.}$). У цих умовах ефект виробничого левереджа на підприємстві знизиться до 2 одиниць ($30000 : 15000$). При зниженні постійних витрат на 10% (з 15000 грн. до 13500 грн.) прибуток підприємства збільшиться до 11500 грн. ($75000 - 50000 - 13500$) чи на 15%. У цих умовах точка беззбитковості в грошовому вираженні складе 34848 грн. [$13500 : (25000 : 75000)$], а в натуральному вираженні - 2323 од. ($34848 : 15$). При цьому маржинальний запас міцності підприємства буде відповідати 40152 грн. ($75000 - 34848$) чи 2677 од. ($40152 : 15$). Як наслідок, у результаті зниження постійних витрат на 10%

ефект виробничого левереджа складе 2,17 одиниць (25000 : 11500) і в порівнянні з первісним рівнем знизиться на 0,33 одиниць (2,5 - 2,17).

Аналіз проведених розрахунків дозволяє зробити висновок про те, що в основі зміни ефекту виробничого левереджа лежить зміна питомої ваги постійних витрат у загальній сумі витрат підприємства. При цьому необхідно мати на увазі, що чутливість прибутку до зміни обсягу продажів може бути неоднозначною на підприємствах, що мають різне співвідношення постійних і перемінних витрат. Чим нижче питома вага постійних витрат у загальній сумі витрат підприємства, тим у більшому ступені змінюється величина прибутку стосовно темпів зміни виручки підприємства.

Слід зазначити, що в конкретних ситуаціях прояв механізму виробничого левереджа має ряд особливостей, які необхідно враховувати в процесі його використання. Ці особливості полягають у наступному:

1. Позитивний вплив виробничого левереджа починає виявлятися лише після того, як підприємство переборолو точку беззбиткової своєї діяльності.

Для того, щоб позитивний ефект виробничого левереджа почав виявлятися, підприємство на початку повинне одержати достатній розмір маржинального доходу, щоб покрити свої постійні витрати. Це пов'язано з тим, що підприємство зобов'язане відшкодувати свої постійні витрати незалежно від конкретного обсягу продажів, тому чим вище сума постійних витрат, тим пізніше за інших рівних умов воно досягне точки беззбитковості своєї діяльності. У зв'язку з цим, поки підприємство не забезпечило беззбитковість, високий рівень постійних витрат буде додатковим "вантажем" на шляху до досягнення точки беззбитковості.

2. В міру подальшого збільшення обсягу продажів і віддалення від точки беззбитковості ефект виробничого левереджа починає знижуватися. Кожен наступний відсоток приросту обсягу продажів буде приводити до наростаючого темпу приросту суми прибутку.

3. Механізм виробничого левереджа має і зворотну спрямованість - при будь-якій зниженні обсягу продажів у ще більшому ступені буде зменшуватися розмір прибутку підприємства.
4. Між виробничим левереджем і прибутком підприємства існує зворотна залежність. Чим вище прибуток підприємства, тим нижче ефект виробничого левереджа і навпаки. Це дозволяє зробити висновок про те, що виробничий левередж є інструментом, що зрівнює співвідношення рівня прибутковості і рівня ризику в процесі здійснення виробничої діяльності.
5. Ефект виробничого левереджа виявляється тільки в короткому періоді. Це визначається тим, що постійні витрати підприємства залишаються незмінними лише протягом короткого відрізка часу. Як тільки в процесі збільшення обсягу продажів відбувається черговий стрибок суми постійних витрат, підприємству необхідно переборювати нову точку беззбитковості чи пристосовувати до неї свою виробничу діяльність. Іншими словами, після такого стрибка ефект виробничого левереджа виявляється в нових умовах господарювання по-новому.

При несприятливій кон'юктурі товарного ринку, що визначає можливе зниження обсягу продажів, а також на ранніх стадіях життєвого циклу підприємства, коли їм ще не переборена точка беззбитковості, необхідно приймати міри до зниження постійних витрат підприємства. І навпаки, при сприятливій кон'юктурі товарного ринку і наявності визначеного запасу міцності, вимоги до здійснення режиму економії постійних витрат можуть бути істотно ослаблені. У такі періоди підприємство може значно розширювати обсяг реальних інвестицій, проводячи реконструкцію і модернізацію основних виробничих фондів.

При управлінні перемінними витратами основним орієнтиром повинне бути забезпечення постійної їхньої економії, тому що між сумою цих витрат і обсягом виробництва і продажів існує пряма залежність.

Забезпечення цієї економії до подолання підприємством точки безбитковості веде до росту маржинального доходу, що дозволяє швидше перебороти цю точку. Після подолання точки безбитковості сума економії перемінних витрат буде забезпечувати прямий приріст прибутку підприємства. До числа основних резервів економії перемінних витрат можна віднести: зниження чисельності працівників основного і допоміжного виробництв за рахунок забезпечення росту продуктивності їхньої праці; скорочення розмірів запасів сировини, матеріалів і готової продукції в періоди несприятливої кон'юнктури товарного ринку; забезпечення вигідних для підприємства умов постачання сировини і матеріалів і інші.

Використання механізму виробничого левереджа, цілеспрямоване управління постійними і перемінними витратами, оперативна зміна їхнього співвідношення при мінливих умовах господарювання дозволить збільшити потенціал формування прибутку підприємства.

Висновок до розділу II.

ДП "Волиньвугілля" працює на ринку України в сфері видобування та збагачення вугілля, а також в області навчання і підвищення кваліфікації виробничого персоналу.

Про фінансовий досліджуваного підприємства можна сказати наступне: в аналізованому періоді підприємство працювало стабільно, про що свідчить збільшення на 4388 тис. грн. або 11,1% вартості загальних активів підприємства. Підприємство веде виважену політику щодо власних дебіторів, про що свідчить зменшення дебіторської заборгованості підприємства на 1447 тис. грн., або на 40,9%. Підприємство повністю забезпечує господарську діяльність власним капіталом, який збільшився на 6297 тис. грн., або на 17,4%.

Вартість основних засобів підприємства збільшилась на 5877 тис. грн., або на 12,5%, проте основні засоби підприємства зношені на 45% (2013р.) і потребують більш інтенсивного оновлення.

Загалом фінансовий стан підприємства можна охарактеризувати як гарний і стабільний.

В роботі проведено дослідження впливу на операційний прибуток підприємства ряду факторів. Зокрема розглядався вплив наступних чинників:

- ціни на реалізовану продукцію;
- обсягів реалізації продукції;
- собівартості одиниці продукції;
- собівартості продукції за рахунок структурних зрушень у складі продукції.

Суть розрахунку впливу на операційний прибуток наведених чинників полягає в послідовному аналізі кожного з них, тобто припускається, що інші чинники у цей час на прибуток не впливають.

В результаті проведеного аналізу ми отримали, що збільшення операційного прибутку до 3133 тис. грн. пояснюється збільшенням прибутку від реалізації продукції та збільшенням інших операційних доходів. Вирішальними чинниками збільшення прибутку від реалізації продукції були такі:

- підвищення цін на реалізовану продукцію (за умови виключення впливу інших чинників цей чинник сприяв би збільшенню операційного прибутку в 10,8 раз порівняно з фактичним рівнем);
- збільшення собівартості реалізованої продукції (внаслідок дії цього чинника за умови незмінності інших чинників операційний прибуток зменшився б майже в 10 разів порівняно з фактичним рівнем).

Щодо стратегії управління прибутком на досліджуваному підприємстві, то одним з головних інструментів, що застосовують менеджери ДП „Волиньвугілля”, є аналіз беззбитковості виробництва або аналіз співвідношення „*витрати - обсяг – прибуток*” (Cost - Volume - Profit; *CVP - аналіз*). Цей вид аналізу є одним з найбільш ефективних засобів планування, прогнозування і, відповідно, управління діяльністю підприємства. Він допомагає керівникам підприємств виявити оптимальні пропорції між перемінними і постійними витратами, ціною й обсягом реалізації, мінімізувати підприємницький ризик.

Ключовими елементами аналізу виступають маржинальний доход, поріг рентабельності (точка беззбитковості), виробничий левередж і маржинальний запас міцності.

В розділі докладно розглянута теоретична і практична частина даної методики, зокрема особливість її застосування для досліджуваного підприємства.

Розділ 3. Шляхи та напрямки удосконалення процесу управління прибутком на ДП “Волиньвугілля”

3.1 Покращення ефективності господарювання як основа підвищення доходності підприємства

В умовах ринкової економіки прибуток є основою економічного та соціального розвитку підприємства. Саме завдяки отриманню прибутку підприємство має можливість купувати нове устаткування, приміщення, транспорт. Тобто тільки завдяки прибутку може відбуватись розширене відтворення.

Основними факторами зростання прибутку підприємства є:

1. зростання реалізації продукції;
2. зниження собівартості продукції;
3. зниження різного роду витрат, утрат, збитків

Проаналізуємо більш детально вплив даних факторів на ДП „Волиньвугілля”.

Зростання прибутку за рахунок зростання реалізації продукції. За період з 2011 по 2013 рік виручка підприємства від реалізації продукції збільшилась на 39759 тис. грн. або на 96,0% (див. табл. 2.3). Попередні дані за 2010 рік свідчать про збільшення виручки у порівнянні з 2013 роком на 20122 грн. або на 24,6%. Таким чином ми можемо спостерігати стале зростання реалізації продукції в аналізованому періоді. Це обумовлено в першу чергу збільшенням номенклатури реалізованої продукції, а також вихід на нові ринки збуту (Львівський та Івано-Франківський регіони).

Планова величина виручки від реалізації продукції на 2011 рік становить 12050000 грн. Досягнення даного рівня прибутковості передбачається за рахунок зростання торгової мережі підприємства.

З метою збільшення реалізації продукції підприємства у 2011 році планується впровадити продаж на умовах лізингового кредиту. Про це

вже є попередні домовленості з АКБ „Укрсоцбанк”, але даний вид продажів поки що буде апробовано тільки на базі київського представництва концерну.

Зростання прибутку за рахунок зниження собівартості продукції.

Собівартість продукції належить до вирішальних чинників, що впливають на прибуток підприємства. Зниження собівартості продукції має винятково важливе значення, оскільки дозволяє поліпшити підприємству свої конкурентні позиції на ринку. Основними шляхами зниження собівартості є скорочення тих витрат, які мають найбільшу питому вагу у її структурі.

Як вже було зазначено вище, підприємство займається реалізацією як готової продукції „Волиньвугілля”, так і саме займається виробництвом даної продукції. Собівартість продукція, що складається в Україні є нижчою за готову продукцію іноземного виробництва на 25-30%. З метою зниження собівартості продукції керівництво підприємства планує у 2012-2014 відкриття нових шахт у м.Володимир-Волинський та м. Горохів, продукція яких буде реалізовуватись у північному та південному регіоні західної України. Це дасть змогу знизити собівартість продукції і, відповідно, досягти підприємству більш високої конкурентоспроможності на ринку.

Особливу увагу слід також приділити можливостям зниження адміністративних витрат та витрат на збут. У 2013 році вони становили 1352 тис. грн., та 2109 тис. грн. відповідно. За попередніми даними у 2003 році вони дещо зменшились і становили 1124 тис. грн. та 2031 тис. грн. відповідно У 2011 році цілком можливо скоротити їх до рівня 950 тис. грн. та 1950 тис. грн., що дасть можливість додатково зменшити собівартість продукції на 19,0%.

Зростання прибутку за рахунок зниження різного роду витрат, втрат, збитків. З метою зниження ризику різного роду позареалізаційних втрат, таких як невиконання партнерами своїх зобов'язань, прострочення

термінів оплати за відвантажену продукцію (підприємство має декілька надійних партнерів, з якими воно давно співпрацює і відпускає їм продукцію без передоплати) тощо на підприємстві планується створення власної фінансово-юридичної служби, яка буде займатися фінансовою та юридичною експертизою контрактів, захистом інтересів підприємства в господарських судах, питаннями страхування на випадок стихійних лих і техногенних катастроф тощо. Це дозволить у майбутньому уникнути різкого погіршення фінансового положення підприємства через зазначені причини.

Таким чином, оцінка потенційних можливостей ДП „Волиньвугілля”, заснована на аналізі займаній ніші і репутації на ринку вугілля, лігніту та торфу їх якості, факторах, що можуть негативно вплинути на показники прибутковості підприємства, дозволяють розробити комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності виробництва і, відповідно, збільшення прибутковості підприємства. Основними з них є заходи щодо збільшенню реалізації готової продукції за рахунок виходу на нові ринки збуту та впровадження нових схем реалізації продукції; зниження собівартості продукції; удосконалювання організаційної структури підприємства (за рахунок посилення фінансової і юридичної служб). Розрахунки показують, що їхня реалізація дасть можливість забезпечити підвищення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (відповідно в кінцевому випадку і чистого прибутку) у 2013р. на 19,0% у порівнянні з 2012р., та майже в 2 рази у порівнянні з 2011 роком та скорочення витрат підприємства на 35,0-40,0% у порівнянні з 2010 роком.

3.2 Вдосконалення політики розподілення прибутку підприємства

Прибуток розподіляється між державою, місцевими органами самоврядування і підприємством. Взаємини між державою і підприємством із приводу прибутку будуються на основі оподаткування прибутку та державних дотацій і трансфертів. На підприємстві розподілу підлягає прибуток після сплати податків і виплати дивідендів. З нього також можуть виплачуватися податки в місцеві бюджети. Деякі аспекти розподільного процесу фіксуються в статуті підприємства. Відповідно до статуту чи рішення розпорядницького органа на підприємстві створюються фонди:

- *нагромадження* - використовується на науково-дослідні роботи, проектні, конструкторські, розробку й освоєння нових видів продукції, технічне переозброєння і реконструкція діючого виробництва, на погашення довгострокових позичок і сплати відсотків і податків по них, фінансування приросту оборотних коштів;
- *споживання* - використовується на соціальний розвиток і соціальні потреби, за рахунок його фінансуються витрати по експлуатації об'єктів соціально-побутового призначення, що знаходяться на балансі господарюючого суб'єкта, будівництво об'єктів невиробничого призначення; проведення оздоровчих і культурно-масових заходів;
- *резервних фондів* - він забезпечує резервний капітал.

У ринковій економіці відрахування в резервний капітал носять першочерговий характер. Його величина характеризує готовність підприємства до страхування ризику, пов'язаного з підприємницькою діяльністю.

При розподілі перетинаються інтереси як суспільства в цілому в особі держави, так і підприємницькі інтереси господарюючих суб'єктів і їхніх контрагентів.

Порядок розподілу чистого прибутку на підприємстві ілюструє рис 3.1

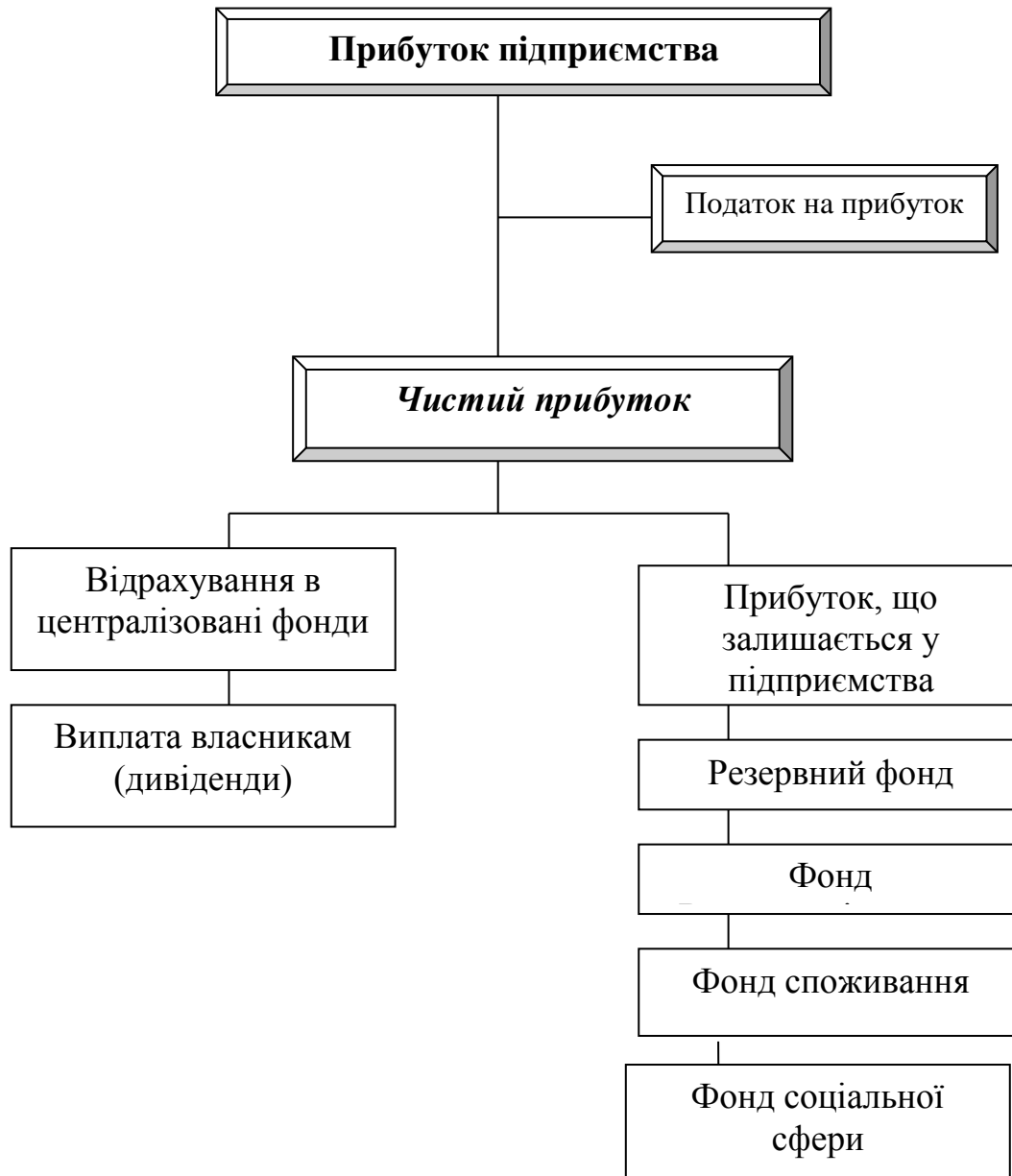


Рис. 3.1 Порядок розподілу чистого прибутку на підприємстві

Для того, щоб давати будь-які рекомендації аналізованому підприємству щодо покращення політики розподілу чистого прибутку підприємства перш за все необхідно проаналізувати існуючу практику

розподілу прибутку на підприємстві. Таким чином проведемо аналіз розподілу прибутку на ДП „Волиньвугілля” (табл. 3.2)

Резервний фонд на даному підприємстві не сформований, тому засоби на поповнення резервного фонду не направлялися.

Таблиця 3.2

Аналіз розподілу прибутку ДП „Волиньвугілля”

| Показник | 2013 | 2012 | Відхилення (+, -) |
|-----------------------------------|------|------|----------------------|
| 1. Чистий прибуток | 5911 | 3321 | 2590 |
| 2. Нерозподілений прибуток | 1025 | 926 | 99 |
| 3. Прибуток до розподілу | 4886 | 2395 | 2491 |
| 3. Розподілення чистого прибутку: | | | |
| в фонд нагромадження | 1516 | 811 | 705 |
| в фонд споживання | 2345 | 1052 | 1293 |
| в фонд соціальної сфери | 1025 | 532 | 493 |
| 4. Частка в чистому прибутку, % | | | |
| Фонду нагромадження | 31,0 | 34,0 | -3,0 |
| фонду споживання | 48,0 | 44,0 | 4,0 |
| фонду соціальної сфери | 21,0 | 22,0 | -1,0 |

Аналізуючи розподіл чистого прибутку у фонди спеціального призначення, необхідно знати фактори формування цих фондів. Основним фактором є 1) - чистий прибуток, 2) коефіцієнт відрахувань прибутку. Коефіцієнти відрахувань прибутку були встановлені менеджерами підприємства і погоджені з власником підприємства – керівництвом концерну „Волиньвугілля” .

Співвідношення використання прибутку на цілі нагромадження і споживання завдає вплив на фінансове положення підприємства. Недостатність засобів, що направляються на нагромадження, стримує ріст

обороту, приводить до збільшення потреби в позикових засобах. Аналіз використання прибутку виявляє, наскільки ефективно розподілялися засоби на нагромадження і споживання.

Верхню границю потенційного розвитку підприємства визначає рентабельність власних засобів, що показує ефективність використання власного капіталу. Рентабельність власних засобів можна представити як відношення суми засобів, спрямованих на нагромадження і споживання, до величини власних засобів.

$$R_{cc} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} \times 100\%; \quad (3.11)$$

Таблиця 3.3

Розрахунок рентабельності власного капіталу ДП „Волиньвугілля”

| Рентабельність власного капіталу, % 2012р. | Рентабельність власного капіталу, % 2013р. | Відхилення |
|---|---|------------|
| $(3321 : 38996) \cdot 100 = 8,5$ | $(5911 : 42440) \cdot 100 = 13,9$ | 5,4 |

З таблиці 3.3 видно, що рентабельність власного капіталу підприємства збільшилась у порівнянні з попереднім періодом на 5,4%.

Рентабельність власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу підприємством, указує на величину прибутку отриманого з кожної гривні, вкладеної в підприємство власниками.

Для досягнення високих темпів росту обороту потрібно підвищувати можливості збільшення рентабельності власних засобів.

Рентабельність - у загальному значенні, це відношення результатів до витрат. Рентабельність характеризує прибуток, одержуваний з кожної гривні, вкладених у підприємство чи інші фінансові операції.

Відношення фонду нагромадження до величини власного капіталу визначає внутрішні темпи росту, тобто темпи збільшення активів.

$$V_p = \Phi_n / V_k; \quad (3.1)$$

де Φ_n – фонд нагромадження; V_k – Власний капітал.

Таблиця 3.4

Темп збільшення активів ДП „Волиньвугілля”

| Темп збільшення активів, % 2012 р. | Темп збільшення активів, % 2013 р. | Відхилення |
|---------------------------------------|---------------------------------------|------------|
| $(811 : 38996) * 100 = 2$ | $(1516 : 42440) * 100 = 4$ | 2 |

Як свідчать дані таблиці 3.4 внутрішні темпи росту збільшилися по відношенню до 2012 року на 2,0 %.

Відношення фонду споживання до розміру власного капіталу складає рівень споживання.

$$V_p = \Phi_c / V_k; \quad (3.2)$$

де Φ_c – фонд споживання; V_k – Власний капітал.

Таблиця 3.8

Рівень споживання ДП „Волиньвугілля”

| Рівень споживання, % 2012 р. | Рівень споживання, % 2013 р. | Відхилення |
|---------------------------------|---------------------------------|------------|
| $(1052 : 38996) * 100 = 3$ | $(2345 : 42440) * 100 = 6$ | 3 |

Висновок: Внутрішні темпи росту збільшуються (темпи збільшення активів) але дуже повільно, всього на 2,0 %, що дозволяє зробити висновок про недосконалу систему розподілу прибутку.

На ДП „Волиньвугілля” значна частина прибутку була спрямована у фонд споживання і використовувалася на виплати соціального характеру. Однак недостатність засобів, що направляються на нагромадження, стримує зростання обороту, приводить до збільшення потреби в позикових засобах.

Направлення засобів у фонд нагромадження збільшить економічний потенціал, підвищить платоспроможність підприємства і фінансову незалежність, буде сприяти росту обсягу виконання робіт і реалізації без збільшення розміру позикових засобів. У такий спосіб ДП

„Волиньвугілля” потрібно переглянути порядок розподілу прибутку, направляючи більшу частину на формування фонду нагромадження.

Висновки до розділу III

В процесі написання третього розділу дипломної роботи ми дослідили можливі шляхи збільшення прибутку аналізованого підприємства, а також провели аналіз та виявили недоліки в системі управління прибутком на підприємстві.

Ми виявили, що основними факторами зростання прибутку підприємства є: - зростання реалізації продукції, зниження собівартості продукції та зниження різного роду витрат, утрат, збитків.

Для ДП „Волиньвугілля” зростання реалізації продукції можна досягти завдяки виходу на нові ринки збуту та впровадження нових схем реалізації продукції (зокрема використання схем лізингового кредитування).

Зниження собівартості продукції можна досягти за рахунок відкриття нових шахт по видобутку і переробці готової продукції з комплектуючих (собівартість такої продукції нижча на 25-30% в порівнянні з аналогічною продукцією іноземного виробництва) та зниження витрат підприємства.

Зміна організаційної структури підприємства та введення в неї фінансово-юридичної служби дасть можливість запобігти такого роду збиткам як невиконання (або несумлінне виконання) контрагентами своїх зобов'язань, втрат, обумовлених, укладанням контрактів на не вигідних для підприємства умовах тощо.

Також було проаналізовано існуючу практику розподілу прибутку на підприємстві. В результаті проведеного аналізу ми виявили, що темпи збільшення активів є досить низькими (2,0 %), це дозволяє зробити висновок про недосконалу систему розподілу прибутку.

Значна частина прибутку підприємства була спрямована у фонд споживання і використовувалася на виплати соціального характеру. Однак недостатність засобів, що направляються на в Волиньвугіллямадження, стримує зростання обороту, приводить до збільшення потреби в позикових засобах.

Ми можемо порекомендувати керівництву підприємства більше засобів направляти у фонд нагромадження, що збільшить економічний потенціал, підвищить платоспроможність підприємства і фінансову незалежність, буде сприяти росту обсягу виконання робіт і реалізації без збільшення розміру позикових засобів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У даному дипломному дослідженні викладені теоретичні і практичні питання процесу аналізу в системі управління прибутком на підприємстві. У менеджменті існує так називана *організмична теорія*, відповідно до якої компанія порівнюється з живим організмом. Для обох головні цілі діяльності формуються в термінах виживання і розвитку. Прибуток порівнюється з киснем, необхідним для підтримки життєдіяльності живого організму. Однак одержання кисню людина не ставить як мету своєї діяльності. (Тут, щоправда, існує негласне припущення - кисень не є обмеженим ресурсом). Звідси випливає, що одержання, максимізація прибутку - це, скоріше, не ціль, а умова досягнення цілей виживання і розвитку.

Таким чином процес управління прибутком на підприємстві правильніше було б назвати процесом управління виживання підприємства на ринку.

Проведений в ході дослідження аналіз дозволяє зробити висновок, що значення прибутку полягає в тому, що він відбиває кінцевий фінансовий результат. Разом з тим на величину прибутку, його динаміку впливають фактори, що як залежать, так і не залежні від зусиль підприємства. Практично поза сферою впливу підприємства знаходяться кон'юнктура ринку, рівень цін на споживані матеріально-сировинні і паливно-енергетичні ресурси, норми амортизаційних відрахувань тощо. Певною мірою залежать від підприємства такі фактори, як рівень цін на реалізовану продукцію і заробітну плату, рівень господарювання, компетентність керівництва і менеджерів, конкурентоздатність продукції, організація виробництва і праці, його продуктивність, стан і ефективність виробничого і фінансового планування.

Перераховані фактори впливають на прибуток не прямо, а через обсяг реалізованої продукції і собівартість, тому для з'ясування кінцевого

фінансового результату необхідно зіставити вартість обсягу реалізованої продукції і вартість витрат і ресурсів, використовуваних у виробництві.

Прибуток також має стимулюючу функцію. Його зміст полягає в тому, що він одночасно є фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства. Реальне забезпечення принципу самофінансування визначається отриманим прибутком. Частка чистого прибутку, що залишилася в розпорядженні підприємства після сплати податків і інших обов'язкових платежів, повинна бути достатньою для фінансування розширення виробничої діяльності, науково-технічного і соціального розвитку підприємства, матеріального заохочення працівників і майстерність менеджерів підприємства виявляється в тому, щоб таким чином організувати процес управління та розподілу прибутку підприємства, який забезпечить досягнення перелічених вище цілей.

В процесі дослідження були напрацьовані деякі рекомендації досліджуваному підприємству для досягнення більш високих фінансових результатів діяльності, які ми хотіли би викласти на завершення даної роботи:

1. При веденні господарської діяльності необхідно виходити з того, що основними джерелами збільшення суми прибутку є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту;
2. На підприємстві, перш за все, необхідно дотримання високої виконавчої дисципліни, строге дотримання укладених договорів на виконання робіт.
3. Керівництву підприємства слід приділяти максимум уваги щодо проведення масштабної й ефективної політики в області підготовки персоналу, що являє собою особливу форму вкладення капіталу.
4. Необхідно більше уваги приділяти підвищенню швидкості руху оборотних коштів, скороченню усіх видів запасів, домагатися

максимально швидкого просування готових виробів від виробника до споживача.

5. Слід поліпшувати якість продукції, що приведе до конкурентноздатності і зацікавленості вибору даного підприємства замовниками.
6. Скорочення витрат на виробництво можна досягти за рахунок підвищення рівня продуктивності праці, економічного використання сировини, матеріалів, палива, електроенергії, устаткування.

Виконання цих пропозицій значно підвищить одержуваний прибуток на підприємстві.

Основні напрямки удосконалювання механізму формування і розподілу фінансових результатів доцільно об'єднати в кілька груп, з врахуванням його внутрішніх і зовнішніх зв'язків у рамках фінансового механізму і системи управління прибутком на ДП „Волиньвугілля”.

Основні напрямки удосконалювання механізму формування фінансових результатів включають:

- оптимізацію облікової політики підприємства;
- комплекс заходів, що забезпечують законне і правильне визначення розміру виручки від реалізації продукції, суми податку на додану вартість, сум податків які відносять на фінансові результати, а також розмірів витрат виробництва, що впливає на точність і вірогідність визначення фінансових результатів.

Основні напрямки удосконалювання механізму розподілу фінансових результатів включають:

- оптимізацію системи оподаткування прибутку; розробку такої системи ставок і пільг податку на прибуток, що буде стимулювати використання чистого прибутку підприємства, насамперед, на розвиток і удосконалювання власної виробничої бази;
- викорінювання непродуктивних витрат і втрат; розробку і реалізацію заходів, спрямованих на подолання кризи неплатежів з метою

поступового зниження сум пені і штрафів, що сплачуються в бюджет і позабюджетні фонди;

- оптимізацію розподілу чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, на фонди споживання і фонди нагромадження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз господарської діяльності. / Під ред. Белобородової В.А. - К.: Либідь, 1999. - 420с.
2. Балтакса П.М., Кливец П.Г. Слагаемые эффективности: Из опыта промышленного предприятия. –М.: Экономика, 1988. –92с.
3. Белобтецький І.А. Прибуток підприємства. // Фінанси України. -1999 №3, с.40 - 47.
4. Богатин Ю.В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия. –М.: изд. стандартов, 1991. –214с.
5. Вонебникова Н.В., Пяков М. Л. Учет финансовых результатов по оплате. // Бух. учет в Украине , 1998, №1, с.17-21
6. Горбачева Л.А. Анализ прибыли и рентабельности. –М.: Экономика, 1998. –95с.
7. Зудилин А.П. Анализ хозяйственной деятельности развитых стран. – Екатеринбург: «Каменный пояс», 1992.-224с.
8. Кіперман Г.Я., Беялов А.З. Оподаткування підприємств і громадян (Практичне керівництво: Рекомендації і приклади розрахунків). -К.: "Айтолан", 1992. -180с.
9. Курс экономического анализа. / Под ред. Бокамова Н.И., Шеремета А.Д.. – М.: Финансы и статистика, 1994. –412с.
10. Логінов У, Новицький Н. Удосконалювання фінансової податкової системи. // Економіст, 1998, №2. с. 17-24.
11. Лопатина И.М., Золкина З.К. Основы анализа финансового состояния предприятия: Учебное пособие. –Ярославль: ЯГУ, 1993. –66 с.
12. Маевский В., Вяткин В.Н, Хриптон Дж., Казак А.Ю. Принятие финансовых решений: задачи, ситуации. // Вопросы экономики, 1998, №12, с.152.

13. Мазуров И.И., Астапенко З.Н., Брылева М.Д. Лекции по анализу хозяйственной деятельности предприятий. –СПб.: Изд. СПбУЭФ, 1999 – 72с.
14. Методы экономического анализа. // Под ред. 17. Бариленко В.И. и др. –Саратов: Изд. Сарат. универ., 2012. –200с.
15. Мухин С.А. Прибыль в новых условиях хозяйствования. –М.: Финансы и статистика, 2013. –144с.
16. Палій В.Ф. Нова бухгалтерська звітність. -К.: Контролінг, 2012. - 524с.
17. Парасочка В.Т., Дубовенко Л.А., Медведева О.В. Самоокупаемость и самофинансирование (Методика анализа). –М.: Финансы и статистика, 1989. –144с.
18. Пошуків В. Фінансові проблеми стабілізації української економіки. // Економіка України, 2010, №1. с.7-10
19. Резников Л. Фінансовий стан і фінансова політика виробничих підприємств. // Економіка України, 2010, №7., с.11-14
20. Рыночная экономика : Словарь. / Под ред. Кипермана Г.Я. –М.: Республика, 2003. –524 с.
21. Рязанова В., Широкоград Л. Общественные основы микроэкономики, переходная экономика: Учебное пособие., С-П.: Ант., 2011. – 421с.
22. Сотникова Л.В. О формировании финансовых результатов. // Бух. учет, в Украине 2010, №1
23. Учет финансовых результатов. // Налоги и бухгалтерський учет, 2012, №1
24. Ушакова Н.М., Кукурудза Л.О. Управління прибутком торговельного підприємства. - К.:КТЕІ, 1993.-50 с.
25. Цыгичко А.Н. Новый механизм формирования эффективности. –М.: Экономика, 2011. –191с.
26. Чечета А.І. Інформація про фінансові результати і її аналіз // Фінанси України, 2010, №5, с. 32-34.

27. Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятий. –М.: Экономика, 2000. –210с.

ДОДАТКИ

Оцінка фінансового стану ДП „Волиньвугілля”.

| Показники | Методика розрахунку показників | 2011 | 2012 | 2013 | Зміни | |
|---|---|--------|-------|-------|---------------------------|---|
| | | | | | абсолютні гр. 5 – гр.3 | відносні, % (гр.5 / гр. 3 – 1) * 100 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Загальна вартість активів (майна) | Підсумок балансу (р.280) | 39794 | 41399 | 44182 | 4388,0 | 11,1 |
| 2. Вартість необоротних активів | Розділ I активу балансу (р.080) | 25585 | 26313 | 29290 | 3705,0 | 14,5 |
| 3. Вартість оборотних (мобільних) активів | Підсумок р.II і III активу балансу (р.260+р.270) | 14209 | 15086 | 14892 | 683,0 | 4,8 |
| 4. Дебіторська заборгованість | Підсумок р.150-210 розд. II активу балансу. | 3536 | 3036 | 2089 | -1447,0 | -40,9 |
| 5. Власний капітал | Розділ I пасиву балансу (р.380) | 36143 | 38996 | 42440 | 6297,0 | 17,4 |
| 6. Залучений капітал | Підсумок (р.430, 480, 620, 630) розділів II - V пасиву балансу. | 3651 | 2403 | 1742 | -1909,0 | -52,3 |
| 7. Фондоозброєність: | | | | | | |
| - (за оплатою праці) | ф.1 (р.030):ф.2(р.240) | 8,60 | 8,16 | 6,41 | -2,2 | -25,5 |
| - середньооблікового працівника | ф.1 (р.030):ф.5 (середньооблікова чисельність працівників) | 112,59 | 91,27 | 92,80 | -19,8 | -17,6 |
| 8. Вартість основних засобів: | | | | | | |
| - первісна | ф.1, р.031 | 46812 | 48725 | 52689 | 5877,0 | 12,6 |
| - залишкова | ф.1, р.030 | 25333 | 26195 | 29233 | 3900,0 | 15,4 |
| 9. Знос основних засобів (%) | ф.1, р.032 / ф.1, р.031 | 46 | 46 | 45 | -1,0 | X |
| 10. Матеріаломісткість господарської діяльності | ф.2 (р.230:р.280) | 0,73 | 0,76 | 0,73 | 0,0 | 0,6 |
| 11. Трудомісткість господарської діяльності | ф.2 (р.240 + р.250) : (р.035) | 0,12 | 0,08 | 0,09 | -0,02 | -19,8 |
| 12. Фондомісткість господарської діяльності | ф.2 (р.260:р.280) | 0,07 | 0,07 | 0,07 | 0,0 | -6,2 |
| 13. Матеріаловіддача | ф.2 (р.280:р.230) | 1,37 | 1,31 | 1,36 | -0,01 | -0,6 |
| 14. Коефіцієнт співвідношення: | | | | | | |
| - необоротних і оборотних активів | ф.1 (р.080):(р.260+р.270) | 1,80 | 1,74 | 1,97 | X | x |
| - оборотних і необоротних активів | ф.1 (р.260+р.270): (р.080) | 0,56 | 0,57 | 0,51 | X | x |
| 15. Середньо облікова чисельність працівників | ф.5 (середньооблікова чисельність працівників) | 225 | 287 | 315 | 90,0 | 40,0 |

Оцінка ліквідності ДП „Волиньвугілля”.

| Показники | Норматив | Формула розрахунку | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|-----------|--|------|------|-------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності) | >1 | ф.1 (сума р.260-270):(р.620) | 3,89 | 6,28 | 12,13 |
| 2. Коефіцієнт швидкої ліквідності. | >0,5 | ф.1 (сума р.150-250):(р.620) | 1,07 | 1,48 | 2,12 |
| 3. Коефіцієнт незалежності (забезпеченої) ліквідності. | >0,5 | ф.1 (сума р.130-150 + 230,240):(р.620) | 1,11 | 2,24 | 4,68 |
| 4.Коефіцієнт абсолютної ліквідності. | >0,2 | ф.1 (сума р.220-240):(р.620) | 0,10 | 0,22 | 0,42 |
| 5.Частка оборотних активів в загальній сумі активів. | за планом | ф.1 (р.260):(р.280) | 0,36 | 0,36 | 0,34 |
| 6.Частка виробничих запасів в оборотних активах. | >0,5 | ф.1 (сума р.100-120):(р.260) | 0,46 | 0,44 | 0,47 |

**Оцінка рівня ефективності господарської діяльності ДП
„Волиньвугілля”.**

| Показники | Формула розрахунку | 2011 | 2012 | 2013 | Зміни | |
|---|---|------|------|------|---------------------------|---|
| | | | | | абсолютні гр.5 – гр. 3 | відносні, % ((гр.5 / гр. 3) – 1)*100 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Рентабельність (прибутковість) виробничих витрат | ф.2 (р.050 або 055) : (р.040) * 100 | 19,7 | 19,6 | 21,1 | x | 7,4 |
| 2. Рентабельність (прибутковість) господарської діяльності | ф.2 (р.170 або 175+р.200-205) : (сума р.040, 070, 080, 090, 140, 150, 160, 205) * 100 | 11,2 | 16,6 | 23,9 | x | 113,1 |
| 3. Рентабельність (прибутковість) підприємства | ф.2 (р.220 або 225):(сума р.040,070,080,090,140 ,150,160,205)*100 | 4,6 | 6,8 | 9,9 | x | 113,1 |
| 4. Чиста рентабельність (прибутковість) виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | ф.2 (р.220 або 225) : (р.035)*100 | 4,4 | 6,3 | 8,7 | x | 98,5 |
| 5. Рентабельність активів | ф.2 (р.220 або 225) : (р.280)*100 | 5,9 | 9,9 | 15,6 | x | 165,3 |
| 6. Коефіцієнт окупності виробничих витрат | ф.2 (р.035) : (р.040) | 1,20 | 1,20 | 1,21 | x | x |
| 7. Адміністративні витрати на 1 грн. собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | ф.2 (р.070) : (р.040) | 0,05 | 0,03 | 0,02 | -0,02 | -48,7 |
| 8. Коефіцієнт окупності активів | ф.2(р.035) : ф.1 (р.280 гр.3+гр.4) | 0,9 | 1,3 | 1,5 | x | x |